

**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY*
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BSI KCP BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

MUHAMMAD DIMAS MAULANA

NIM : 4217003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY*
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BSI KCP BATANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

MUHAMMAD DIMAS MAULANA

NIM : 4217003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nam : Muhammad Dimas Maulana

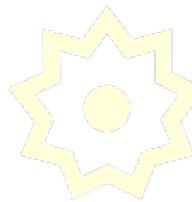
Nim : 4217003

Judul Skripsi : **Pengaruh Self Service Technology Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang sudah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 2 Juli 2023

Yang Menyatakan,



MUHAMMAD DIMAS MAULANA

NOTA PEMBIMBING

Agus Arwani, M. Ag

Pawasan Barat No.33 RT. 02 RW. 07
Kel Kedungwuni Timur, Kec Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan

Lampiran : 2 (dua) ekslembar

Hal : Naskah Skripsi Sdra. Muhammad Dimas Maulana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c/q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum, wr. wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Muhammad Dimas Maulana**

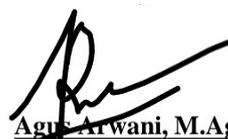
NIM : **4217003**

Judul : **Pengaruh Self Service Technology Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang.**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekalongan, 23 Juni 2023
Pembimbing,



Agus Arwani, M. Ag

NIP 19760807 201412 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K. H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara/i:

Nama : **Muhammad Dimas Maulana**
Nim : **4217003**
Judul Skripsi : **Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang**
Dosen Pembimbing : **Agus Arwani, M.Ag.**

Telah diujikan pada Kamis, 13 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I



Ali Amin Isfandiari, M.Ag.
NIP. 197408122005011002

Penguji II



Draiat Stiawan, M.Si.
NIP. 198301182015031001

Pekalongan, Kamis 13 Juli 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“HAI ORANG-ORANG YANG BERIMAN, MINTALAH PERTOLONGAN KEPADA ALLAH DENGAN SABAR DAN SALAT. SESUNGGUHNYA ALLAH BESERTA ORANG-ORANG YANG SABAR.”

(Q.S AL-BAQARAH: 153)

“ KESABARAN ADALAH KETIKA HATI TIDAK MERASA MARAH TERHADAP APA YANG SUDAH DITAKDIRKAN, DAN MULUT TIDAK MENGELUH. “

(IBNU QAYAM)

“ LISANMU ADALAH GAMBARAN DARI APA YANG TERSIMPAN DALAM HATIMU. “

(HABIB UMAR BIN HAFIDZ)

“ MENUNDUKLAH KETIKA MELIHAT DUNIA DAN MELANGITLAH KETIKA MELIHAT AKHIRAT. ”

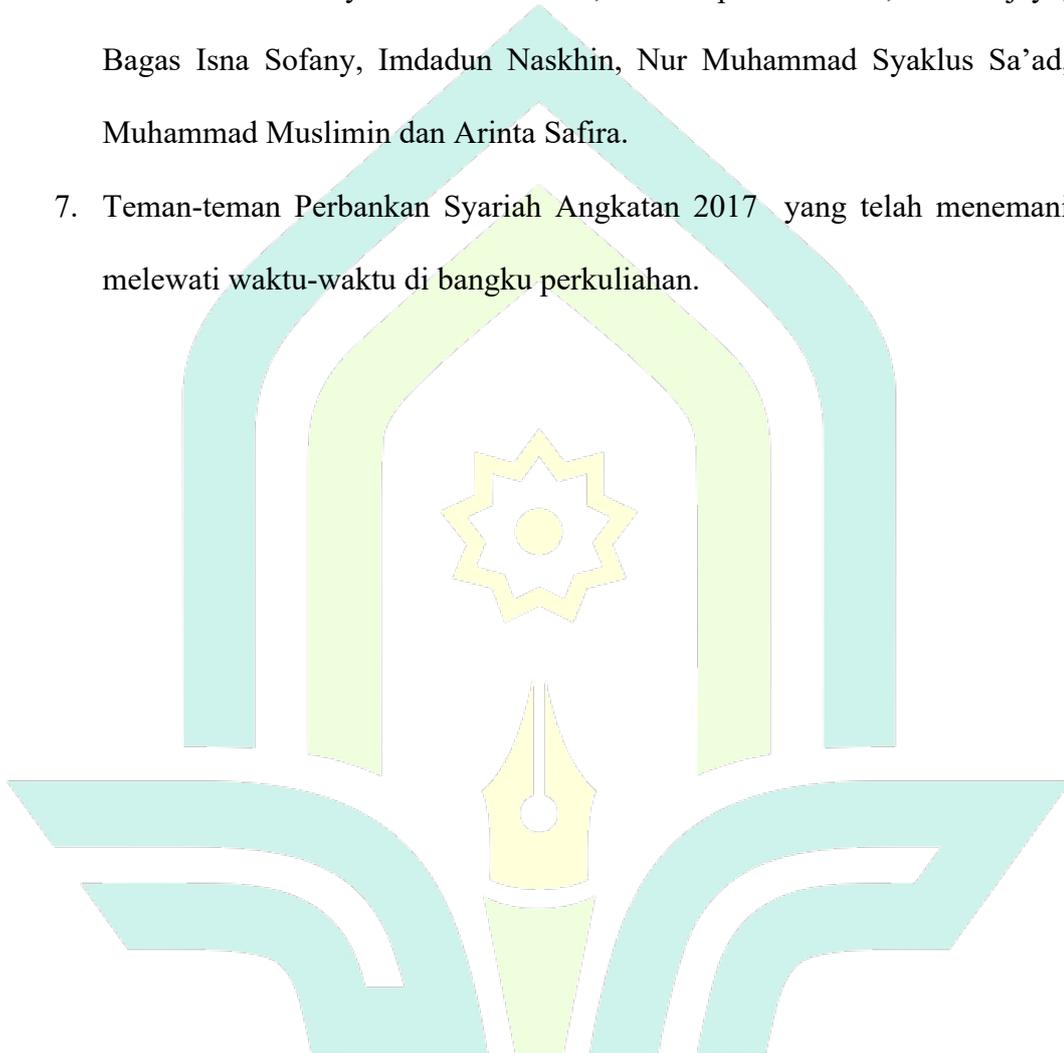
(DARUL ULUM)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Darul Ulum dan Ibu Manah yang memberikan dukungan dan doa serta banyak pengorbanan tenaga, waktu, materi selama ini.
2. Keluarga Hasan Basri yang memberikan dukungan dan juga motivasi.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Bapak Agus Arwani, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ahmad Syukron, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
6. Sahabat-sahabat saya Riska Noviandri, Ari Tampan Prabowo, Rico Wijaya, Bagas Isna Sofany, Imdadun Naskhin, Nur Muhammad Syaklus Sa'ad, Muhammad Muslimin dan Arinta Safira.
7. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2017 yang telah menemani melewati waktu-waktu di bangku perkuliahan.



ABSTRAK

Muhammad Dimas Maulana. Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang.

Di era modern sekarang nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara mandiri sehingga bank memberikan layanan berbasis teknologi atau dikenal dengan self service technology yang mana self service technology tersebut memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam melakukan pelayanan bertransaksi secara mandiri. Selain itu, upaya yang harus dilakukan untuk menunjang keberhasilan disuatu bank yaitu bank lebih memperhatikan pelayanan yang lebih baik dan diutamakan kualitas pelayanannya, dengan begitu nasabah merasa kebutuhannya sudah terpenuhi dengan baik dan menimbulkan kenyamanan maupun kepuasan dalam segi kualitas pelayanan maupun self service technology bank tersebut. Dengan adanya self service technology yang memudahkan pelayanan secara mandiri dan juga kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan kepuasan nasabah.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian yakni nasabah BSI KCP Batang. Sumber pengumpulan data primer meliputi survei, observasi, eksperimen, kuesioner dan wawancara di BSI KCP Batang. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan sampel sebanyak 96 nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa self service technology memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan self service technology dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adjusted R Square menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci : Self service technology, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

Muhammad Dimas Maulana. The Influence of Self Service Technology and Service Quality on Customer Satisfaction of BSI KCP Batang.

In this modern era, customers prefer to carry out transactions independently so that banks provide technology-based services, also known as self-service technology, where self-service technology makes it easy for customers to carry out transaction services independently. In addition, the efforts that must be made to support the success of a bank are that the bank pays more attention to better service and prioritizes the quality of its service, so that customers feel their needs have been met properly and lead to comfort and satisfaction in terms of service quality and the bank's self-service technology. With the existence of self-service technology that facilitates independent service and also good service quality can foster customer satisfaction.

This type of research uses a quantitative approach with the object of research namely BSI KCP Batang customers. Sources of primary data collection include surveys, observations, experiments, questionnaires and interviews at BSI KCP Batang. The sampling technique used accidental sampling with a sample of 96 customers.

The results of this study indicate that self-service technology has an influence on customer satisfaction and service quality has an effect on customer satisfaction. Simultaneously self-service technology and service quality affect customer satisfaction. Adjusted R Square shows a number of 0.429, which means that the independent variable can explain the dependent variable with a value of 42.9% and the remaining 57.1% can be explained by other variables outside the study.

Keywords: Self service technology, Service Quality, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

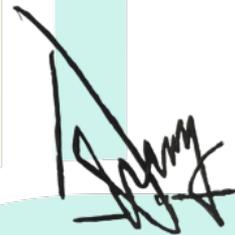
Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. H. Zaenal Mustakim, M. A selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak M. Shulthoni Lc, M.A, M.Si Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Agus Arwani, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Syukron, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).

8. Segenap dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Pihak BSI KCP Batang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
11. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 22 Mei 2023



Muhammad Dimas Maulana

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRAKCT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxvii
DAFTAR GAMBAR	xxviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
B. Telaah Pustaka	23
C. Kerangka Berpikir	35
D. Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Pendekatan Penelitian	38
C. Setting Penelitian	38
D. Populasi Dan Sampel	39
E. Variabel Penelitian	41
F. Sumber Data	44
G. Teknik Pengumpulan Data	45
H. Metode Analisis Data	46
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Profil Perusahaan	54
B. Deskripsi Responden	56
C. Deskripsi Analisis Data	66
D. Pembahasan	78
BAB V PENUTUPAN.....	82
A. Simpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian	83
C. Implikasi	84
D. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	I

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telah Pustaka,	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel,	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin,	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia,	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan,	59
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menabung,	60
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terkait Self Service Technology,	61
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terkait Kualitas Layanan,	62
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Nasabah,	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas,	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas,	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas,	69
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas,	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas,	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas,	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda,	73
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Persial),	74
Tabel 4.16	Hasil Uji F (Simultan),	76
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²),	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Konseptual, 35

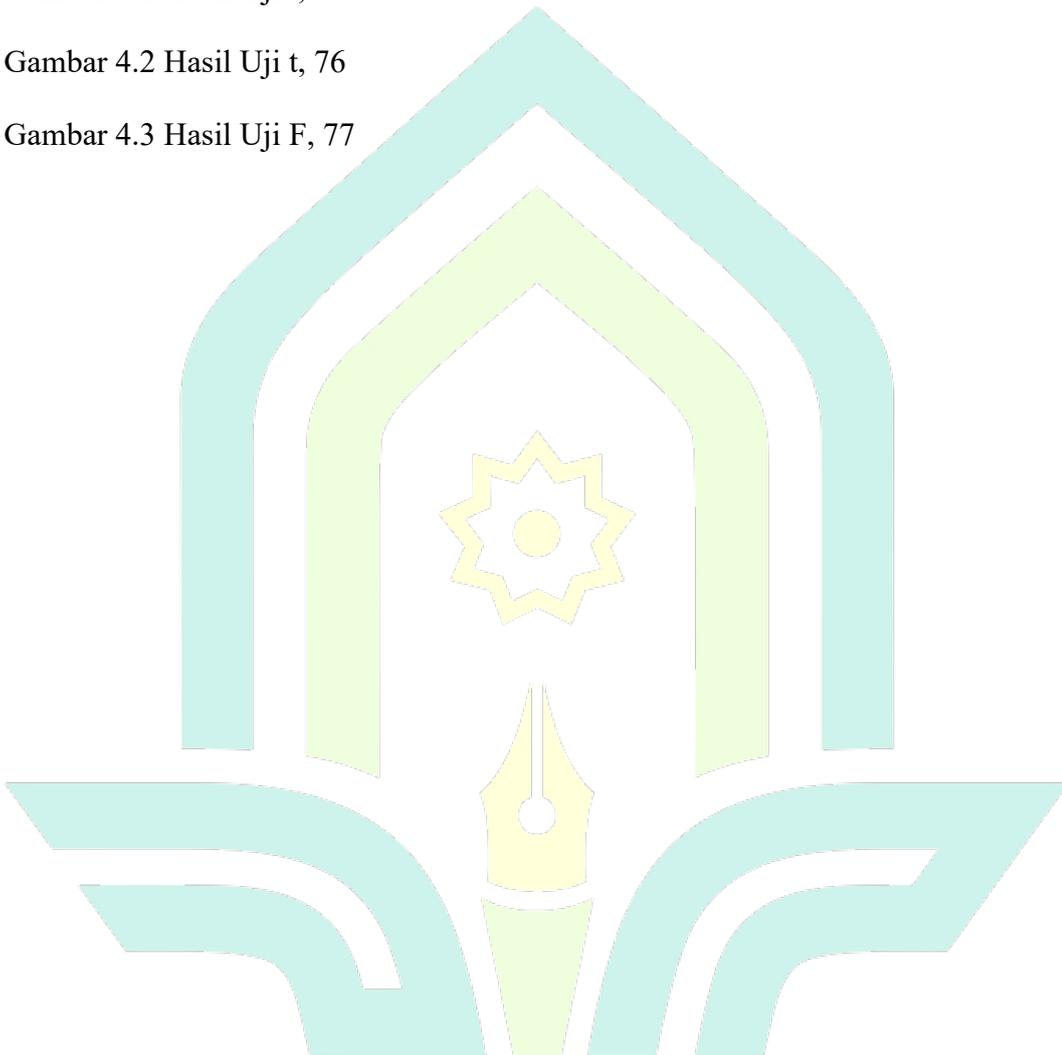
Gambar 3.1 Grafik Uji t, 51

Gambar 3.2 Grafik Uji F, 52

Gambar 4.1 Hasil Uji t, 75

Gambar 4.2 Hasil Uji t, 76

Gambar 4.3 Hasil Uji F, 77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisinoner Peneltian, I
- Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner, V
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas, XIX
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas, XXX
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas, XXXI
- Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas, XXXII
- Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas, XXII
- Lampiran 8 Hasil Uji Linieritas, XXXIII
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda, XXXIII
- Lampiran 10 Hasil Uji T (Persial), XXXIV
- Lampiran 11 Hasil Uji F (Simultan), XXXV
- Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), XXV
- Lampiran 13 Surat Pernyataan Keaslian Karya, XXXVI
- Lampiran 14 Surat Permohonan Ijin Penelitian, XXXVII
- Lampiran 15 Surat Telah Melakukan Penelitian, XXXVIII
- Lampiran 16 Surat Pindah Lokasi Operasional Bank, XXXIX
- Lampiran 17 Dokumentasi, XL
- Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup, XLI

BAB I

PENDAHULUAN

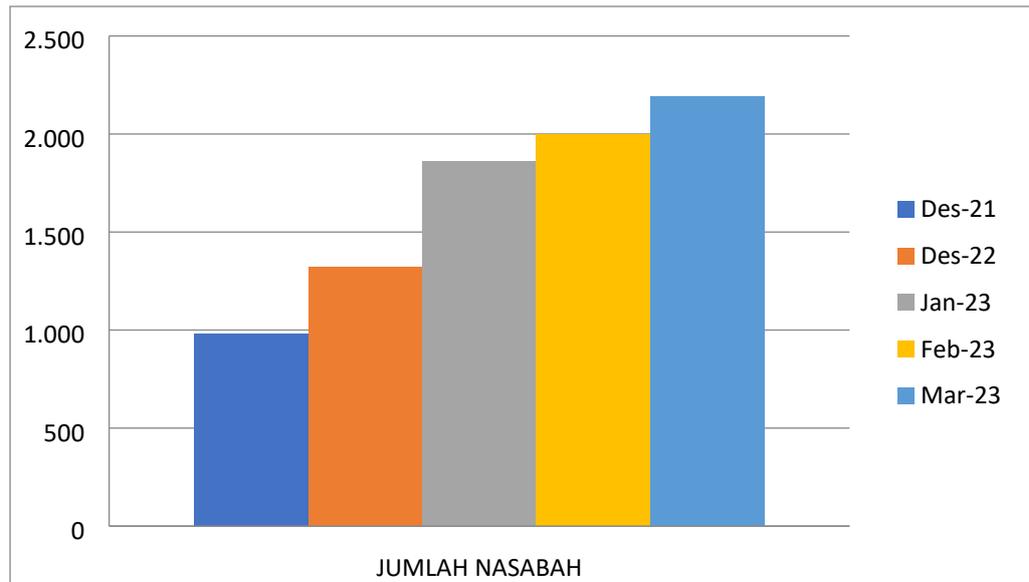
A. Latar Belakang

Era perkembangan teknologi yang sangat pesat memasuki berbagai aspek kehidupan masyarakat masa kini. Teknologi dianggap mampu menjawab kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dalam waktu yang terbatas (Teviningrum et al., 2021). Inovasi merupakan sarana yang dapat mendongkrak kinerja suatu organisasi atau elemen tertentu, khususnya dunia keuangan. Dengan kemajuan inovasi akan memberikan efek yang mencolok di seluruh bagian keberadaan manusia (Kurniawati, 2022).

Di era modern sekarang nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara mandiri sehingga bank memberikan layanan berbasis teknologi atau dikenal dengan *self service technology* yang mana *self service technology* tersebut memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam melakukan pelayanan bertransaksi secara mandiri. Selain itu, upaya yang harus dilakukan untuk menunjang keberhasilan disuatu bank yaitu bank lebih memperhatikan pelayanan yang lebih baik dan diutamakan kualitas pelayanannya, dengan begitu nasabah merasa kebutuhannya sudah terpenuhi dengan baik dan menimbulkan kenyamanan maupun kepuasan dalam segi kualitas pelayanan maupun *self service technology* bank tersebut (Annisa, 2021). Dengan adanya *self service technology* yang memudahkan

pelayanan secara mandiri dan juga kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan kepuasan nasabah.

Berikut ini yaitu data perkembangan Nasabah Tabungan di BSI KCP Batang.



Sumber : Wawancara Customer Service

Berdasarkan data perkembangan Nasabah BSI KCP Batang di atas menunjukkan bahwa, peningkatan jumlah pelanggan di alami oleh BSI KCP Batang dengan peningkatan rata-rata pada bulan Januari 2023 sampai dengan Maret 2023 sekitar 2% dalam periode perbulan dan tidak mengalami penurunan. Jumlah nasabah kurun waktu perbulannya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dari penjabaran di atas, BSI KCP Batang masih tergolong lembaga keuangan yang masih banyak diminati masyarakat daerah sekitar. Oleh sebab itu riset ini dibuat untuk menumbuhkan minat masyarakat yang lebih lagi kedepannya tentang bank syari'ah, khususnya BSI KCP Batang.

Menurut Christabellad et.al., (2018), didalam penelitian Mahrun (2020) *self service technology* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Namun menurut Giebelhausen et.al., (2014),) didalam penelitian Mahrun (2020) *self service technology* (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Lain lagi dengan penelitian Manjhi (2017), didalam penelitian Jauhariyah. I. (2020) yang menyatakan bahwa ATM adalah layanan yang paling disukai dibandingkan dengan Internet Banking dan Mobile Banking. Internet Banking mencakup semua transaksi perbankan secara efisien. Mobile Banking memiliki penggunaan yang rendah dibandingkan dengan dua *self service technology* lainnya.

Menurut Monica dan Marlius (2023), kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Namun menurut Agung (2018) didalam penelitian Gofur, A. (2019), kualitas layanan (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Lain lagi dengan penelitian Kurnia (2015) didalam penelitian Gofur, A. (2019), kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil penelitian Ria dan Meylani (2022), Selain *self service technology*, Kualitas layanan adalah elemen pemasaran lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk setiap bisnis, kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang ditawarkan dapat memenuhi ekspektasi atau ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017). Secara sederhana, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang ditawarkan

memenuhi harapan pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan (Maramis et al., 2020).

Bagi Tjiptono (2005) kualitas layanan mempunyai ikatan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sebab terdapatnya kepuasan pelanggan bakal sanggup menjalankan ikatan harmonis antara produsen serta konsumen. Bersumber pada riset yang dicoba Suryadharma (2015), Shafiq et al. (2013), Foster (2016) menampilkan jika mutu pelayanan berdampak positif atas kepuasan nasabah. BSI KCP Batang ialah contoh perbankan yang mempunyai citra baik dalam pelayanan dari sektor teknologi serta wujud layanannya. Untuk itu riset ini mau menakar sejauh mana kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan (Mahrun, 2020).

Tjiptono (2012) memaparkan kepuasan pelanggan yakni perasaan bahagia maupun kecewa seorang individu yang muncul sesudah menyamakan antara anggapan terhadap prestasi (hasil) sesuatu produk yang dihasilkannya. Tidak hanya itu, Daryanto serta Setyobudi (2014) menjelaskan kepuasan konsumen yaitu sesuatu evaluasi pengalaman rasa dari pelanggan sesudah pelanggan memakai produk di mana harapan serta kebutuhan konsumen yang memakainya tercukupi. Intan dkk (2022) juga mengatakan bahwa, Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur bisnis ke depan, atau mungkin ada beberapa hal yang perlu diperbarui dan dikembangkan karena beberapa pelanggan tidak puas. Jika pelanggan tidak puas, dia pasti tidak akan kembali dan kecewa dengan perusahaan, mungkin

dia juga akan menasihati pelanggan lain. Hal-hal seperti itu merupakan ancaman bagi perusahaan. Widodo dalam Wedarini (2012) membenarkan pendapat bahwa seseorang yang membeli kembali menceritakan kepada orang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebut, maka dapat dikatakan pelanggan puas (Intan et al., 2022).

Dari penjabaran yang tertera bisa disimpulkan kepuasan nasabah amat sangat dipengaruhi oleh pelayanan teknologi yang bermutu, perihal tersebut dapat dijadikan contoh oleh perbankan syariah . Tidak hanya itu mutu layanan mempunyai ikatan yang erat dengan kepuasan pelanggan , sebab terdapatnya kepuasan pelanggan hendak bisa menjalani ikatan harmonis antara produsen serta konsumen . Dengan dasar-dasar tersebut dapat memberikan minat kepada penulis untuk melakukan riset dengan judul penelitian “ Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang ”



B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas, perumusan masalah tersebut adalah :

1. Apakah *self service technology* secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang?
2. Apakah kualitas layanan secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang?
3. Apakah *self service technology* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang?

C. Tujuan

Selaras dengan persoalan-persoalan tertulis, maka berikut tujuan atas riset kali ini :

1. Menjelaskan *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang.
2. Menjelaskan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang.
3. Menjelaskan *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil peneliian ini di harapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Memberikan masukan BSI KCP Batang tentang faktor-faktor yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Untuk peneliti, sebagai jendela wawasan untuk lebih mengetahui tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
- c. Bagi ilmu pengetahuan, menjadi sandaran teori tambahan dalam menunjang penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

- a. Menemukan teori-teori yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
- b. Menjelaskan pengaruh indikator-indikator tentang *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
- c. Menjadi bahan pengambilan keputusan bagi nasabah BSI di Batang.



E. Sistematika Pembahasan

Mencangkup sistematika penulisan, peneliti memaparkan lima pokok bahasan, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I memuat uraian tentang latar belakang masalah yang diteliti, diikuti dengan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematisasi penulisan penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab II berisi landasan teori dari variable – variabel yang akan diteliti, telaah pustaka atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, variable penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan yang terakhir metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil analisis data serta pembahasan dari variable – variable yang sudah diuji.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir yang berisi mengenai simpulan, keterbatasan penelitian dan saran. Di akhir tak lupa melampirkan daftar pustaka dan berbagai lampiran lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

Antara manusia yang satu dengan manusia lainnya memiliki perbedaan, salah satu perbedaan tersebut adalah tindakan baik dan buruk. Setiap tindakan yang dilakukan individu pasti memiliki latar belakang, tujuan serta dampak bagi individu yang melakukannya.

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) merupakan perluasan dari *theory of reasoned action* (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fisbein pada tahun 1980. Ajzen dan Fisbein mengembangkan teori perilaku terencana dengan menambah konstruk yang belum ada di *theory of reasoned action* yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Teori perilaku terencana bertujuan untuk memprediksi dan memahami dampak dari niat berperilaku, mengidentifikasi strategi untuk merubah suatu perilaku serta menjelaskan perilaku nyata manusia. Teori perilaku terencana mengansumsi bahwa manusia yang bersifat rasional akan menggunakan informasi yang ada secara sistematis kemudian memahami dampak perilakunya sebelum memutuskan untuk mewujudkan perilaku tersebut.

Teori perilaku terencana (TPB) mengenal kemungkinan bahwa banyak perilaku yang semuanya di bawah kontrol penuh

individu. Dalam Teori perilaku terencana, perilaku yang ditampilkan individu timbul karena adanya intensi untuk berperilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha untuk menampilkan suatu perilaku. Jadi, semakin keras niat seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku maka semakin besar pula kecenderungan orang untuk melakukan perilaku tersebut.

Dalam teori perilaku terencana ada beberapa tujuan dan manfaat diantaranya untuk meramalkan dan memahami pengaruh motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individunya sendiri. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana mengarahkan suatu strategi-strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada setiap aspek penting beberapa perilaku manusia. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, hal utama dari teori tersebut adalah intensi untuk berperilaku. Teori perilaku terencana ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional dan mereka menggunakan informasi yang mungkin baginya secara sistematis.

Variabel *self service technology* mempresentasikan komponen sikap terhadap perilaku. *Self service technology* tersebut akan membentuk keyakinan pada diri seseorang bahwa pekerjaan yang sedang dikerjakan memberikan hal yang baik bagi individu tersebut. Seseorang yang memiliki pengetahuan yang tinggi cenderung selalu

mematuhi kode etik dan norma yang berlaku dengan tujuan untuk menghindari keterlambatan yang mungkin terjadi di masa depan yang dapat membahayakan hidupnya. Oleh karena itu, mereka dapat termotivasi untuk menggunakan *self service technology* sebagai sarana untuk memudahkan aktivitasnya.

Variabel kualitas layanan mempresentasikan pelayanan yang disajikan. Perilaku individu merupakan hasil dari pengendalian yang dilakukan dari dalam diri individu sendiri. Pengendalian yang dilakukan individu dapat dilihat dari cara pandangnya terhadap suatu peristiwa. Pengendalian diri ini sangat dibutuhkan karyawan untuk dapat mengungkapkan tindakan pelanggaran yang terjadi di perusahaan karena dengan pengendalian diri yang baik, maka pegawai dapat melakukan pengungkapan atas kecurangan atau pelanggaran yang terjadi.

Variabel kepuasan nasabah mempresentasikan sikap terhadap perilaku pada teori perilaku terencana. Dalam variabel ini, individu mengacu pada persepsi individu akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tersebut. Individu akan bertindak sesuai dengan sikap yang ada dalam dirinya terhadap suatu perilaku. Individu akan mengukur ukuran pasti baik atau buruk dari suatu perilaku yang dilakukan. Kontrol tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor internal individu yaitu diri individu itu sendiri dan faktor eksternal individu yaitu lingkungan dimana individu berada.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. Kepuasan adalah sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya (Siadari & Lutfi, 2021). Kepuasan pelanggan menurut Sangadji adalah perasaan senang atau kecewa dan kesan yang diberikan setiap pelanggan tentang kinerja produk/jasa riil/nyata dengan ekspektasinya. Jadi, kepuasan pelanggan, yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dengan yang diharapkan (Ismail & Yusuf, 2021).

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa sangat sulit dicapai jika perusahaan atau industri jasa tidak benar-benar memahami apa yang diharapkan pelanggan. Produk dan layanan dengan kualitas yang sama dapat memuaskan pelanggan yang berbeda secara berbeda. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkannya kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah reaksi pelanggan terhadap perbedaan antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah menggunakannya (Intan et al., 2022). Kepuasan pelanggan diartikan perasaan suka atau tidak

suka seseorang individu akan suatu produk setelah membandingkan kinerja produk dengan apa yang harapannya.

b. Dimensi Kepuasan Nasabah

Banyak penjelasan mengenai dimensi kepuasan, kami sebutkan salah satunya menurut Tjiptono (2008) tercakup dalam;

1) Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan, yakni:

a) Produk yang diterima memenuhi atau melebihi harapan.

b) Layanan yang karyawan terima sesuai atau melebihi.

c) Dukungan yang terima melebihi harapan.

2) Keinginan untuk berkunjung kembali dan memulai pembelian produk seperti:

a) Puas dengan pelayanan dan saya ingin kembali mendapatkan pengalaman baik ini.

b) *Value* produk ini membuat saya senang dan saya inginkan *value* yang sama atau lebih.

c) Fasilitasnya membuat saya nyaman dan ingin kembali.

3) Rekomendasi pelanggan kepada orang lain karena pengalaman yang memuaskan terhadap sebuah produk, seperti:

a) Karena layanan yang memuaskan maka direkomendasikan.

b) Karena fasilitas yang diberikan sehingga direkomendasikan.

c) Merekomendasikan karena nilai atas suatu produk yang ditawarkan (Marlius & Putriana, 2020).

c. Strategi Kepuasan Pelanggan

Dalam pernyataannya Fandy, (2012), semua perusahaan menggunakan kombinasi strategi bisnis, termasuk strategi ofensif dan defensif. Berikut adalah penjabarannya:

1) Strategi Ofensif

Merupakan strategi yang berfokus untuk menarik orang-orang baru sebagai pelanggan, harapannya adalah pangsa pasar yang semakin besar, nilai penjualan, serta jumlah pelanggan jadi meningkat.

2) Strategi Defensif

Merupakan strategi yang memfokuskan cara mempertahankan nasabah yang sudah ada agar nasabah tidak berpindah haluan kepada para competitor. Cara paling efektifnya adalah menaikkan pengalaman kepuasan pelanggan yang sudah ada. (Syah & Arman, 2021).

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah mencoba pelayanan diterima sesuai dengan harapannya. Seringkali, pelanggan yang senang menerima layanan sehingga pelanggan setia atau pelanggan jangka panjang.

Irwan (2008), didalam penelitian Sangi, et.al (2022) menjelaskan indikator kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, antare lain;

- 1) Perasaan (dipahami dalem erti kepuasan terhadap praduk dan pelayanan) merupakan rasa yang dirasakan pelanggan ketika mendapat peliyanen yeng baik dan praduk yeng sesuai harapan dari perosahaen.
- 2) Pelanggan setia artinya pelanggan yang selalu menggunakan dan membeli produk jika sudah mencapai apa yang diinginkannya.
- 3) Akun memberitahukan kepada orang sekitar yaitu pelanggan yang puas setelah menggunakan praduk atau layanan akan memberi tahu orang lain tentang produk atau layanan dan mungkin memberi tahu pelanggan baru bisnis tentang produk atau layanan itu.
- 4) Kepuasan yang diinginkan pelanggan karena pernah membeli produk dan apakah kualitas produk atau pelayanan setelah membeli produk sesuai deangan apa yang kita inginkan (Sangi et al., 2022)

e. Kepuasan Konsumen Dipandang dari Perspektif Islam

Dalam kacamata ekonomi Islam, kepuasan yang dirasakan umat Islam disebut Qana'ah. Kepuasan (Qana'ah) dalam Islam adalah gambaran dari kepuasan eksternal dan internal (Nurdin et

al., 2021). Makna kepuasan dalam Islam harus dipahami lebih mendalam sehingga yang timbul nantinya tidak hanya cukup, tapi adil dan rasa syukur. Dalam At-Taubah : 59 diterangkan bahwa:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: “(Sangat baik) jika mereka puas dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka dan berkata:

"Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberi kepada kami dari limpah karunianya, demikian juga rasulnya sesungguhnya kami sentiasa berharap kepada Allah".

3. *Self Service Technology*

a. Defenisi *Self Service Technology*

Self service technology secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan oleh karyawan secara langsung (Meuter et al.,2000). Dengan menggunakan teknologi bisa jadi penarik bagi penyedia layanan karena dapat meningkatkan layanan operasional, menumbuhkan efisiensi layanan, menawarkan lebih banyak manfaat kepada konsumen dan memperluas akses ke layanan.

Self service adalah suatu konsep pelayanan tanpa adanya staf atau pelayan dan pelanggan harus bisa melayani kebutuhannya sendiri. *Self Service Technology* secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk secara mandiri bertransaksi atau melakukan layanan serta layanan langsung. *Self Service Technology* (SST), seperti sistem online, mobile banking, seringkali berbasis ponsel/gadget (*phone banking*), perbankan online. Penggunaan ATM (Anjungan Tunai Mandiri) merupakan strategi bank untuk mempertahankan dan memuaskan nasabah (yaitu nasabah) dan menciptakan keunggulan kompetitif untuk bersaing dengan bank lain. Penggunaan teknologi ini menarik bagi penyedia layanan karena meningkatkan layanan operasional, meningkatkan efisiensi layanan, memberikan manfaat lebih kepada konsumen, dan meningkatkan pilihan akses layanan (Kurniawati & Devi, 2022).

Self service technology adalah cangkupan dari pengembangan bisnis yang dicapai oleh suatu perusahaan dengan memberikan inovasi layanan mandiri berdasarkan kebutuhan layanan sehingga menjadi salah satu alasan keberadaan atau pertumbuhan bisnis perusahaan. *Self service technology* mudah digunakan dan dapat memberikan kegembiraan bagi pengguna. Perkembangan usaha menjadi tanggung jawab setiap pengusaha, membutuhkan kejelian, motivasi dan kreatifitas. Jika semua pengusaha bisa melakukan ini,

maka ada harapan besar untuk memulai bisnis (Gita et al., 2022). *Self service technology* merupakan teknologi yang memudahkan kita untuk melakukan layanan sendiri tanpa bergantung pada karyawan.

b. Dimensi *Self Service Technology*

Dalam pernyataan Lin dan Hsieh mengatakan bahwa terdapat beberapa dimensi yang mempengaruhi ekspektasi pelanggan atas kualitas pelayanan dalam *self service technology* (Mahrun, 2020) :

- 1) Fungsionalitas, yakni kegunaan dari pada teknologi *self service technology* itu sendiri.
- 2) Kesenangan adalah pandangan kebahagiaan dan minat yang dialami pengguna selama dan setelah memanfaatkan perangkat *self service technology*.
- 3) Keamanan/Privasi berarti bebas dari risiko atau kecurigaan yang dirasakan. Fungsi yang disediakan oleh perangkat *self service technology* memberikan ketenangan pikiran dan pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.
- 4) Desainnya mencakup seluruh eksterior *self service technology* dan menciptakan tampilan estetika yang luar biasa.
- 5) Estetika atau indahnya bentuk dan penempatan perangkat sehingga menampilkan tampilan yang menarik.

- 6) Kepercayaan berdasarkan reputasi dan kompetensi perangkat *self service technology*, atau biasa dikenal sebagai *assurance*.
- 7) Dimensi kustomisasi yang memungkinkan perangkat *self service technology* dimodifikasi sesuai selera dan keinginan konsumen.

c. Indikator yang mendorong *Self Service Technology*

Suatu komunikasi yang terjalin baik antara bank menggunakan pelanggan akan memengaruhi keputusan pelanggan pada memakai teknologi yang ditawarkan pihak bank. Hal-hal yg perlu diperhatikan pada memakai *self service technology* merupakan kualitas produk, Layanan yg ditawarkan sang bank, porto produk, presentasi & layanan, desain *self service technology*, cara perusahaan mengelola & mencegah kegagalan *self service technology*, cara lain pilihan buat satu jenis layanan, kemampuan perusahaan buat terus melakukan penemuan-penemuan *self service technology* (Mahrun, 2020).

4. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perseroan kepada para konsumen/nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumen/nasabah. Pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah, pelayanan

sendiri bertujuan untuk memberikan rasa puas dan juga nyaman kepada konsumen/nasabah (Wulandari & Aulawi, 2020).

Menurut Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. & Berry (1993), dalam penelitian Pranata (2021) menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh terhadap tingkat pelayanan yang baik. Aplikasi kualitas merupakan sifat dan penampilan produk atau kinerja dari bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan (Pranatha, 2021).

Kualitas layanan ialah tingkat layanan dalam kaitannya dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Bawasannya jasa memenuhi syarat jika suatu perusahaan atau organisasi tertentu dapat menyediakan produk dan jasa (jasa) yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna (Intan et al., 2022). Perusahaan jarang memberikan kualitas layanan yang baik. Perusahaan yang berorientasi kuat pada kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan hal yang baik bagi perusahaan. Dengan demikian, definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai dasar utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan.

b. Indikator Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa aspek Teknik servqual memungkinkan untuk melihat dimana kesenjangan antara harapan

pelanggan dan harapan pelanggan untuk layanan yang diterima.

Servqual memiliki 5 dimensi diantaranya yaitu:

- 1) Aset berwujud (produk fisik), aset berwujud adalah bukti nyata kemampuan perusahaan untuk mengeluarkan yang terbaik dari pelanggannya. Dan penampilan gedung, area, peralatan pendukung teknis dan penampilan staf.
- 2) Keandalan, keandalan merupakan kemampuan suatu perusahaan penyedia jasa untuk memenuhi harapan konsumen dalam hal kecepatan, ketepatan waktu, bebas kesalahan, sikap ramah, dll.
- 3) Responsif, Responsif adalah pelayanan yang cepat atau tanggap dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dipahami.
- 4) Jaminan, Jaminan adalah jaminan dan kepastian yang dapat dicapai melalui sikap sopan, komunikasi yang baik dan pengetahuan staf untuk membangkitkan kepercayaan pelanggan.
- 5) Empati, Empati diartikan membawa perhatian yang tulus dan pribadi kepada pelanggan untuk mengungkapkan keinginan konsumen yang sebenarnya dan spesifik. (Intan et al., 2022).

c. Kualitas Layanan Dalam Pandangan Islam

Ajaran Islam menunjukkan bahwa tidak ada hal buruk atau kekurangan kualitas, baik itu barang atau jasa, dalam penyediaan

layanan oleh perusahaan tempat mereka beroperasi, itu adalah yang utama untuk sesama. Hal ini ditemukan dalam ayat 267 Al-Qur'an Surah Al-Baqarah :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sumbangkan sebagian dari hasil kebaikan kalian dan sebagian dari apa yang telah Kami keluarkan dari bumi untuk kalian. Jangan memilih sesuatu yang membuat Anda merasa buruk, bahkan jika Anda tidak ingin mengambilnya untuk diri sendiri. Ketahuilah bahwa Allah itu kaya dan patut dipuji”.

Ayat ini menafsirkan bahwa Islam sangat mengedepankan kualitas layanan, memberikan yang teladan dari pada yang tidak baik. Thorik G. dan Utus H. (2006) menerangkan bahwa kualitas layanan tidak bertumpu pada penyampaian dan pelayanan tetapi juga pengertian, pengertian dan perasaan. Dengan demikian, distribusi mencapai bagian hati dan memperkuat posisinya dibenak konsumen.

B. Telaah Pustaka

Tabel 2.1 Telah Pustaka

No.	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Desanuari, G. F., & Ludtriani, R. (2022)	Pengaruh <i>self service technology</i> Terhadap Pengembangan Usaha Dan Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Model Bisnis Restoran.	Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini bahwa <i>self service technology</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen dimasa pandemi covid 19 pada model bisnis restoran.	Peneliti sama-sama meneliti SST dalam penelitiannya	Penelitian yang berbeda, tempat serta objek penelitian yang digunakan berbeda

2.	Ramadhanti, M., Askandar, N. S., & Mawardi, M. C. (2022)	Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui <i>Self Service Technology</i> Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA dalam Penggunaan Layanan	Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variabel independen yaitu Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking dan Mobile Banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa.	Peneliti sama-sama meneliti <i>Self Service Technology</i> dan Kepuasan pelanggan dalam penelitiannya	Penelitian yang berbeda, tempat serta objek penelitian yang digunakan berbeda.
3.	Mawaddah, R. A., & Sugiharto, T. (2021)	Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap	Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda	Tingkat kepuasan pelanggan <i>e-travel agency</i> secara simultan sangat dipengaruhi oleh ketiga dimensi kualitas layanan (<i>e-service quality</i>) yakni keandalan, privasi & keamanan, dan efisiensi,	Penelitian ini sama-sama terdapat 2 variabel independen dalam penelitiannya	Penelitian ini terdapat 2 variabel independen, tempat dan objek penelitian yang digunakan berbeda

		<p>Kepuasan: Studi Empiris Pada Konsumen <i>E-Travel Agency</i> (Online <i>Travel Agency</i>)</p>		<p>bersama kepercayaan pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kontribusi keempat variabel bebas tersebut yakni keandalan, privasi & keamanan, dan efisiensi serta kepercayaan pelanggan, dalam besaran dan derajat kontribusi yang berbeda.</p>		
4.	<p>Sangi, I. M., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2022)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana</p>	<p>Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan, salah satunya dibuktikan melalui hasil penelitian koefisien determinasi</p>	<p>Peneliti sama-sama meneliti Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah dalam penelitiannya</p>	<p>Penelitian terdapat 1 variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan. Tempat penelitian berbeda.</p>

				<p>yaitu variabel Kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. variabel, dibandingkan dengan sisanya yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.</p>		
5.	Annisa, S. (2021)	<p>Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Dan <i>Self Service Technology</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang</p>	<p>Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, fasilitas, dan <i>self service technology</i> menunjukkan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank sumsel babel cabang syariah palembang.</p>	<p>Peneliti sama-sama meneliti SST dan kepuasan nasabah dalam penelitiannya</p>	<p>Penelitian ini memiliki 2 variabel independen beda di pelayanan fasilitas, tempat serta objek penelitian yang digunakan berbeda</p>

6.	Nazmudin, M. I. (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Bank Woori Saudara	Metode Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Kualitas Sistem Berpengaruh Signifikan Terhadap Penggunaan, Kualitas Informasi Sangat Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna, Kualitas Pelayanan Sangat Berpengaruh Terhadap Penggunaan Dan Kepuasan Pengguna.	Peneliti sama-sama meneliti kepuasan nasabah dalam penelitiannya.	Terdapat 1 variabel berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kualitas <i>m-banking</i> sedangkan penelitian yang akan saya lakukan tidak, Studi kasus dan lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.
7.	Azhar, F., Ibrahim, A., & Riza, A. (2022)	Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan	Analisis Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Kedua peneliti menggunakan kepuasan pelanggan	Hanya terdapat 1 variabel independen, serta penelitian ini

		Nasabah Bank Syariah Banda Aceh		Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	sebagai variabel terikat.	tidak SST sebagai variabel independen.
8.	Diana, S. (2021).	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, kedua variabel secara	Penelitian ini memiliki 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Peneliti sama – sama menggunakan kepuasan nasabah	Penelitian ini menggunakan kepercayaan sedangkan penelitian saya SST. Studi kasus dan lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.

		Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Kedaton Bandar Lampung).		bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.	sebagai variabel dependen.	
9.	Rumiyati, R., & Syafarudin, A. (2021).	Pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran, terhadap kepuasan nasabah bank era covid-19	Analisis Regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh pada keandalan, efektivitas dan jaminan portofolio layanan, harga dan akses. Tangible harus mendapat perhatian ekstra agar kepuasan konsumen dapat meningkat.	Penelitian ini sama sama menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen..	Terdapat perbedaan yaitu penelitian ini menggunakan variable Bauran Pemasaran. serta tempat dan objek yang diteliti juga berbeda.

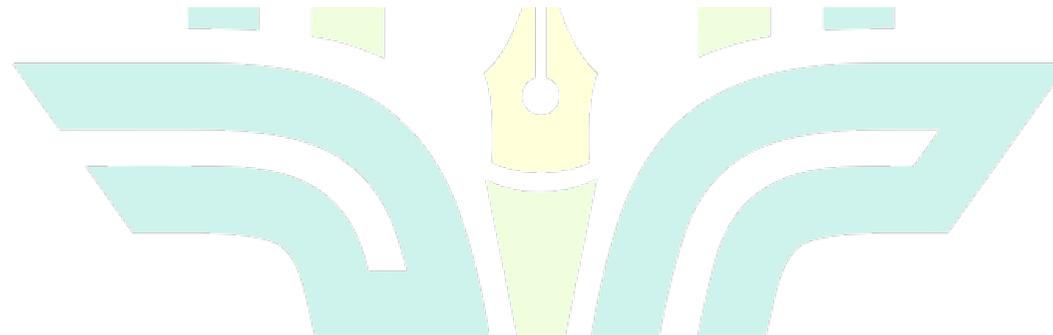
10.	Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021)	Analisis Pengaruh <i>Self Service Technology</i> Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran, Studi kasus di <i>McDonald's TB</i> Simatupang, Jakarta.	Regresi linear berganda	<i>Self Service Technology</i> tidak memengaruhi kualitas layanan selama dikirimkan dengan benar. Fitur variabel, kenikmatan, keamanan/perlindungan data, desain, garansi, kenyamanan dan personalisasi mungkin tidak mempengaruhi kualitas pelayanan pada restoran cepat saji <i>McDonald's TB</i> . Simatupan.	Peneliti sama-sama menggunakan SST sebagai variabel independen.	Terdapat perbedaan di variabel independen yaitu hanya menggunakan 1 variabel. Tempat penelitian berbeda.
11.	Lengkey, G. R., Mandey, S. L., & Soepono, D. (2022)	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian yang dilakukan antara kualitas pelayanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan, ditemukan bahwa kualitas pelayanan elektronik	Peneliti sama-sama meneliti kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam penelitiannya.	Terdapat perbedaan di variabel independen yang menggunakan variable Promosi. Tempat penelitian berbeda.

		<p>Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Pln Mobile Pelanggan Pt.Pln (Persero) Unit Layanan Pelanggan Tomohon</p>		<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>		
12.	<p>Maulana, R., & Pauzy, D. M. (2022)</p>	<p><i>The Influence Of Price Perception And Service Quality On Customers</i></p>	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Dari hasil diperoleh Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,</p>	<p>Penelitian ini memiliki 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Peneliti sama – sama menggunakan kepuasan pelanggan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan harga sedangkan penelitian saya tidak. Studi kasus dan lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.</p>

		<i>Satisfaction On Kamsia Boba Lawang</i>		serta uji secara simultan diperoleh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang.	sebagai variabel dependen.	
13.	Kurniawati, D. (2022)	Pengaruh <i>Self Service Technology</i> Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam Di Masa Pandemi	Analisis Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini memaparkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama variabel <i>self service technology</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus,	Peneliti sama-sama meneliti <i>Self Service Technology</i> dan kepuasan pelanggan dalam penelitiannya.	Terdapat perbedaan yaitu pada tempat penelitian dan penelitian dilakukan pada saat covid 19.

		Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia Kc. Kudus A. Yani 1				
14.	Alexandro, R., Uda, T., & Lestari, U. (2021)	<i>The Effect of Employee Performance on Consumer Satisfaction at Setia Hotel, Puruk Cahu, Murung Raya</i>	Analisis Linier Berganda	Hasil analisis yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa variabel “Kinerja Karyawan (X) berpengaruh positif terhadap variabel “Kepuasan Konsumen” (Y).	Peneliti sama-sama meneliti kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam penelitiannya.	Penelitian ini hanya menggunakan kualitas pelayanan sedangkan penelitian saya <i>self-service technology</i> dan juga kualitas pelayanan. Studi kasus dan lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.

15.	Pranantha, E. Y. (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman	Analisis Linier Berganda	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fitur produk BSI <i>Mobile</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Peneliti sama-sama meneliti kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam penelitiannya.	Penelitian ini menggunakan Fitur Produk Bsi <i>Mobile</i> sedangkan penelitian yang saya teliti tidak. Studi kasus dan lokasi penelitian yang digunakan pun berbeda.
-----	-------------------------	--	--------------------------	---	--	--

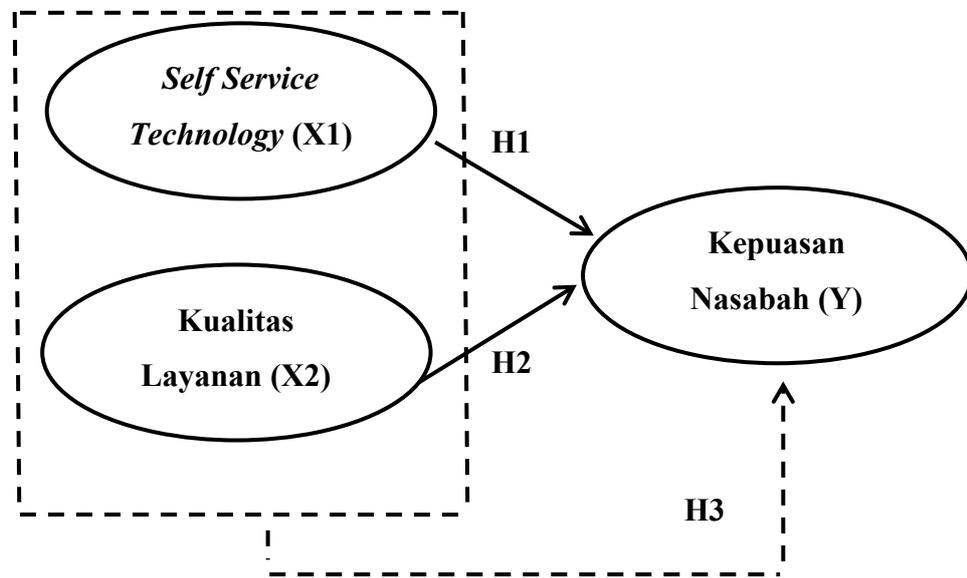


C. Kerangka Berpikir

Dalam sebuah penelitian diperlukan sebuah panduan dalam memahami arah dan tujuan penelitian, maka dari itu berikut adalah kerangka berpikirnya :

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir Konseptual



Keterangan :

—————▶ Secara Parsial

- - - - -▶ Secara Simultan

1. Pengaruh *Self Service Technology (X1)* terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara parsial.
2. Pengaruh *Kualitas Layanan (X2)* terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara parsial.

3. Pengaruh *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara simultan.

D. Hipotesis

Setelah mengemukakan landasan teori dan kerangka berpikir peneliti harus menyusun hipotesis. Hipotesis merupakan suatu jawaban dari rumusan masalah yang bersifat sementara (Sugiono, 2019). Hipotesis yang dapat diambil berdasarkan kerangka berfikir diatas antara lain:

1. Pengaruh *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Nasabah.

Self Service Technology adalah teknologi yang memungkinkan seorang konsumen untuk melakukan pelayanan sendiri tanpa tergantung pada karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Shely Annisa (2021), Gita dan Regi (2022) dan Arjuna D.S (2022), menunjukkan bahwa *Self Service Technology* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

H_{o1} : Bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Batang.

H_{a1} : Bahwa ada pengaruh signifikan dari *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Batang.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Layanan dapat diartikan sebagai landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Elsandro Y.P (2021), Diana Sintiya (2021), Slamet B.R

(2022) dan Fauzul Azhar et al.(2022) menyatakan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₀₂ : Bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Batang.

H_{a2} : Bahwa ada pengaruh signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Batang.

3. Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan, menunjukkan hasil bahwa *Self Service Technology* secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah secara keseluruhan. Begitu juga Kualitas Layanan secara signifikan mempengaruhi Kepuasan Nasabah secara keseluruhan.

H₀₃ : Bahwa tidak ada pengaruh simultan dari *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Batang.

H_{a3} : Bahwa ada pengaruh simultan dari *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KCP Batang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *korelasional*. *Korelasional* ialah jenis penelitian yang dijuruskan untuk melihat hubungan antara satu variabel dengan beberapa variabel lainnya. Penelitian korelasi, memakai variabel bebas untuk meramal, serta variabel terikat untuk variabel yang diramal (Ghozali, 2015). Jenis penelitian tersebut dipilih karena memiliki tujuan untuk menjawab keingintahuan seberapa besar hubungan *self service technology* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

B. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian yang akan menerapkan pendekatan dengan jenis kuantitatif (Ghozali, 2015). Pendekatan ini bertujuan untuk membuat model matematis yang menggunakan angka untuk menjelaskan fakta seperti rasio keuangan.

C. Setting Penelitian

Setting penelitian ialah lokasi dan waktu dilaksanakannya penelitian. Lokasi penelitian yaitu situasi dan kondisi lingkungan dalam sebuah penelitian. Sedangkan waktu penelitian adalah situasi masa

pelaksanaan penelitian. Setting penelitian digunakan untuk membantu peneliti dalam memposisikan dan memaknai simpulan dari hasil penelitian sesuai dengan konteks ruang dan waktu. Penulis melakukan penelitian ini di BSI KCP Batang. Peneliti Riset ini dilakukan secara berkala dan membutuhkan waktu kurang lebih sekitar 6 bulan agar mendapatkan hasil yang diinginkan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan objek berupa manusia, peristiwa, hewan, gejala, dll yang telah ditentukan untuk dikaji ulang dan akhirnya ditarik kesimpulan (Sujarweni, 2018). Dalam penelitian ini nasabah BSI KCP Batang merupakan populasi yang tidak terhingga, sebab tidak dapat mengetahui secara pasti (tak ada seorangpun mengerti jumlahnya dengan tepat) ukuran populasi sebenarnya dari nasabah di BSI KCP Batang.

2. Sampel

Sampel memiliki keterhubungan populasi yang mempunyai karakteristik dengan populasi itu sendiri (Ghozali, 2015). Penelitian ini menerapkan metode Paul Leedy. Metode Paul Leedy merupakan metode yang digunakan dengan persentase dari faksi populasi lain yang lebih besar ukurannya (Arikunto, 2010). Menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Dimana: } n = \left\{ \frac{Z}{e} \right\}^2 p$$

n : minimal pada jumlah sampel

Z : kurva normal pada luas daerah

p : faksi pertama dari populasi

q : faksi sisa (besarnya $q=1-p$)
 e : sampel eror

Jumlah populasi dalam penelitian tidak dimengerti jumlah pastinya, maka peneliti menerapkan nilai 25% (0,25). Berdasarkan pengesahan tersebut maka *P-value* ($1-P$) maksimal adalah 0,25. Memakai *Confidence Level* 95% maka dicapai nilai Z bernilai 1,96 dan tingkat toleransi salah (e) tidak melampaui dari 10% (0,1) maka jumlahnya sampel adalah: Berlandaskan (rumus) di atas, perhitungan dalam menentukan sampel adalah:

$$n = \left\{ \frac{Z}{e} \right\}^2 pq = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 (0,25)$$

$$n = 96,4$$

Jadi besaran sampel minimal yang diperoleh merupakan 96 target responden. Penelitian sampel di ambil dengan mengimplementasikan metode *Accidental Sampling*, yakni suatu teknik penentuan sampel yang berasaskan sebuah ketidak sengajaan atau keadaan yang terjadi secara kebetulan. Dalam hal ini peneliti mencari sampel yang termasuk atau tergolong sebagai nasabah BSI KCP Batang yang kemudian nasabah tersebut kami minta pertolongannya untuk mengisi form kuisisioner yang sudah peneliti siapkan.

E. Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah sebuah variabel yang terikat (dipengaruhi) atau berkedudukan sebagai akibat. Kepuasan nasabah (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

2. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel bebas yang mempengaruhi atau menjadi penyebab munculnya perubahan pada variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *self service technology* (X1), dan kualitas layanan (X2).

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
<i>Self Service Technology</i> (X1)	<i>Self service</i> adalah suatu konsep pelayanan tanpa adanya staf atau pelayan dan pelanggan harus bisa melayani kebutuhannya sendiri. <i>Self Service Technology</i> secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk secara mandiri bertransaksi atau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsionalitas. 2. Kesenangan. 3. Keamanan/Privasi. 4. Desain. 5. Estetika. 6. Kepercayaan. 7. Customisasi. 	Skala <i>Likert'</i> <i>Ordinal</i>

	melakukan layanan serta layanan langsung. (Gita et.al, 2022)		
Kualitas Layanan (X2)	Kualitas layanan adalah tingkat layanan yang terkait dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna (Intan et.al, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles.</i> 2. <i>Raliability.</i> 3. <i>Responsiveness.</i> 4. <i>Assurance.</i> 5. <i>Empathy.</i> 	Skala <i>Likert'</i> <i>Ordinal</i>
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan pelanggan menurut Sangadji adalah perasaan senang atau kecewa dan kesan yang diberikan setiap pelanggan tentang kinerja produk/jasa ril/nyata dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk sesuai dengan harapan pelanggan. Selalu membeli produk. 2. Keinginan untuk berkunjung kembali. 3. Rekomendasi pelanggan kepada 	Skala <i>Likert'</i> <i>Ordinal</i>

	ekspektasinya. Jadi, kepuasan pelanggan, yaitu tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan jasa/produk yang diterima dengan yang diharapkan (Ismail & Yusuf, 2021).	orang lain karena pengalaman yang memuaskan.	
--	---	--	--

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data Sumber data primer yaitu hasil dari pengisian kuesioner atau hasil wawancara dari responden (Arifin, 2014). Sumber data primer penelitian ini adalah penyebaran kuesioner atau angket yang dilakukan oleh peneliti kepada para nasabah mengenai pengaruh *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Batang.

2. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan melalui sarana penghubung dan tidak secara langsung (Arifin, 2014). Data sekunder ini diambil dari buku sebagai teori yang mendukung penelitian ini serta data yang dikeluarkan oleh BSI KCP Batang seperti profil perusahaan, sejarah, serta visi dan misi BSI KCP Batang.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data lapangan dan menyelesaikan masalah serta menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Kuesioner ini memanfaatkan skala likert untuk pengukuran. Skala Likert mengacu anggapan seseorang dalam menghadapi suatu pertanyaan yang menunjukkan tingkat setuju atau tidak setujunya responden. (Sujarweni, 2018).

2. Metode Dokumentasi

Metode yang dilakukan dengan menggabungkan data yang dapat mendukung penelitian ini seperti dari jurnal, buku, dan internet. Penggunaan dokumentasi ini berguna untuk memperoleh data yang sesuai penelitian. Data yang didapatkan berupa data jumlah anggota BSI KCP Batang dari wawancara dengan pihak BSI KCP Batang.

H. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu instrumen yang dipakai untuk mengetahui kevalidan sebuah kuesioner (Ghozali, 2018). Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui kevalidan data pada kuisisioner ini dilakukan dengan memakai metode *Pearson Corellation*. Data kuisisioner dikatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel. Namun apabila nilai r hitung $<$ r tabel dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak valid. Rumus dalam uji validitas adalah :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = angka indeks korelasi koefisien

N = Jumlah sampel

$\sum xy$ = jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y

$\sum x$ = jumlah skor hasil pre test

$\sum y$ = jumlah skor dari semua variabel

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan handal atau dapat dipercaya ketika respon seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Variabel reliabel jika *Cronbach alpha* $>$ 0,60 (Ghozali, 2018). Oleh sebab itu, jika data

tersebut reliable maka dapat digunakan untuk mengukur. Adapun dasar uji reliabilitas adalah di bawah ini sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

σ_t^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

- a. Jika *Cronbach-Alpha* > 0,60 maka pertanyaan dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Jika *Cronbach-Alpha* < 0,60 maka pertanyaan dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05 (Ghozali,2018).

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel dalam model regresi. Jika ada masalah multikolinieritas, maka salah satu dari variabel independen hilangkan dari model, kemudian dibuat kembali (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang memiliki angka normal dan memiliki angka *tolerance value* $> 0,10$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) $< 10,00$. Apabila *tolerance-value* $< 0,10$ dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) $> 10,00$ maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen (Ghozali, 2018).

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas self service technology (X1) dan kualitas layanan (X2) dengan variabel terikat kepuasan nasabah (Y) adalah linear.
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas self service technology (X1) dan kualitas layanan (X2) dengan variabel terikat kepuasan nasabah (Y) adalah tidak linear.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang menjelaskan tentang akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena jumlah variabel independen terdiri lebih dari satu. Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal (Sugiyono, 2019). Rumus uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Nasabah
X1	= <i>Self Service Technology</i>
X2	= Kualitas Layanan
b ₁ , b ₂	= Koefisien Regresi
α	= Konstanta

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2013). Uji parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikan α 5%. Uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai koefisien korelasi dengan dk = n-k-1

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Gambar 3.1

Grafik Penerimaan dan Penolakan Uji t



- 1) H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$
- 2) H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$) (Ghozali, 2013). Uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai uji F

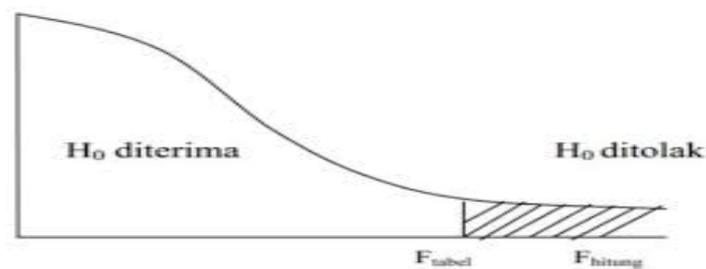
R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Gambar 3.2

Grafik Penerimaan dan Penolakan Uji F

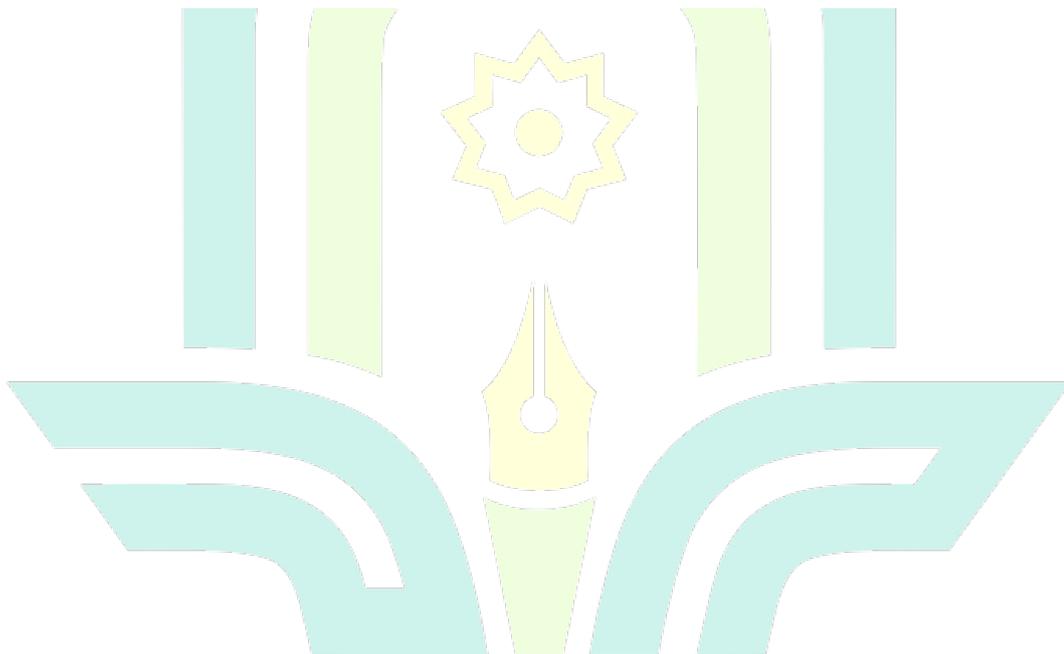


- 1) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen terhadap variabel dependen berpengaruh.
- 2) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen terhadap variabel dependen tidak berpengaruh.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas atau bebas dalam menjelaskan pengaruh total terhadap variabel terikat atau terikat dan pengaruh potensialnya. Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

apabila hasil uji F pada analisis regresi signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) hanya antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin rendah nilai koefisien determinasi (R^2), maka semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati satu berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar (Sugiyono, 2019).



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Profil Perusahaan

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia berpotensi menjadi yang terdepan dalam keuangan syariah. Meningkatkan kesadaran publik terhadap isu halal dan dukungan kuat dari pemangku kepentingan merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah (Indonesia, B.S., 2021).

Bank syariah memainkan peran penting sebagai fasilitator dalam semua kegiatan ekonomi ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan selama tiga dekade terakhir. Inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat akselerasi juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Bank Syariah yang dimiliki oleh Bank BUMN tidak terkecuali yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah (Indonesia, B.S., 2021).

Tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menandai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu kesatuan yaitu Bank Syariah

Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menggabungkan keunggulan ketiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, dan kemampuan permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, perbankan syariah Indonesia didorong untuk berdaya saing global (Indonesia, B.S., 2021).

Penggabungan tiga bank syariah ini merupakan inisiatif untuk mewujudkan sebuah bank syariah yang menjadi kebanggaan umat, yang diharapkan dapat menjadi sumber energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional dan memberikan kontribusi bagi pembangunan perekonomian negara. kesejahteraan umum masyarakat. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan bermanfaat bagi semua (Rahmatan Lil 'Aalamiin) (Indonesia, B.S., 2021).

BSI KCP Batang yang merupakan salah satu lembaga keuangan yang berganti nama dari BRI Syariah Pekalongan menjadi BSI KC Pekalongan Yagis dan pada bulan Agustus 2022 kemudian diubah kembali menjadi BSI KCP Batang. Bergantinya BSI KC Pekalongan Yagis menjadi BSI KCP Batang dikarenakan berpindahnya lokasi operasional bank yang menyebabkan pergantian nama bank sesuai dengan lokasi bank tersebut, yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No.6-7 Kauman Batang.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi :

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b. Misi :

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, melayani lebih dari 20 juta nasabah dan mengembangkan 5 bank teratas berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 ton pada tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik kepada pemegang saham, di antara 5 bank paling menguntungkan di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi yang kuat (PB>2)
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia, perusahaan dengan nilai-nilai kuat yang memberdayakan masyarakat dan berkomitmen terhadap pengembangan karyawannya dengan budaya yang berorientasi pada kinerja.

B. Deskripsi Responden

Deskripsi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden. Responden dalam riset adalah Nasabah BSI KCP Batang. Terdapat 96 kuesioner yang disebar dan terkumpul, serta seluruhnya siap atau layak diolah sesuai dengan jumlah sampel. Pernyataan dalam kuesioner terdapat 2 segmen, segmen pertama memuat identitas responden berupa nama responden, genderisasi, umur, pendapatan per bulan & lama menabung. Sedangkan, segmen kedua memuat pernyataan mengenai

variabel *self service technology*, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 29 butir pernyataan yaitu 8 pernyataan untuk variabel *self service technology* (X1), 13 pernyataan untuk variabel kualitas layanan (X2), dan 8 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Y). Pengelolaan data bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang objek penelitian. Pendistribusian dan pengumpulan data kuesioner dilakukan pada tanggal 4 Januari 2023 sampai dengan 29 Januari 2023 menggunakan form kuisisioner.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang sudah didapatkan data terkait jenis kelamin responden nasabah BSI KCP Batang sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan		
1	Laki-laki	64 Orang	67%
2	Perempuan	32 Orang	33%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa, untuk responden laki-laki sebanyak 64 orang atau 67% dan perempuan 32 orang atau 33%. Mengarahkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang atau 67% dari pada perempuan 32 orang atau 33%.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan kuesioner yang sudah didapatkan data terkait umur responden nasabah BSI KCP Batang sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan		
1	Usia 20-30	8 Orang	8%
2	Usia 31-40	23 Orang	24%
3	Usia 41-50	27 Orang	28%
4	Usia 50	38 Orang	40%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa, usia 20-30 8 orang atau 8%, usia 31-40 ada 23 orang atau 24%, 41-50 ada 27 orang atau 28% dan usia 50 ada 38 orang atau 40%. Mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan usia, dengan rentang usia 50 tahun senilai 38 orang atau 40% yang merupakan kalangan orang tua.

3. Deskripsi responden berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Berdasarkan kuesioner yang sudah didapatkan, didapatkan data terkait penghasilan per bulan responden nasabah BSI KCP Batang berikut :

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

NO	Keterangan		
1	Peng. Per Bulan <1.500.000	11 Orang	11%
2	Peng. Per Bulan 1.500.000- 3.000.000	49 Orang	51%
3	Peng. Per Bulan 3.000.000- 5.000.000	24 Orang	25%
4	Peng. Per Bulan 5.000.000	12 Orang	13%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa, penghasilan per bulan < 1.500.000 ada 11 orang atau 11%, penghasilan per bulan 1.500.000 – 3.000.000 ada 49 orang atau 51%, penghasilan per bulan 3.000.000 – 5.000.000 ada 24 orang atau 25% dan penghasilan per bulan 5.000.000 ada 12 orang atau 13%. Tabel tersebut menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan pendapatan dalam sebulan berkisar dari Rp 1.500.000 - 3.000.000 senilai 49 responden atau 51%.

4. Deskripsi responden berdasarkan Lama Menabung.

Berdasarkan kuesioner yang sudah didapatkan, didapatkan data terkait pendapatan per bulan responden nasabah BSI KCP Batang berikut :

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menabung

NO	Keterangan		
1	Lama Menabung 1-3 THN	15 Orang	16%
2	Lama Menabung 3-6 THN	33 Orang	31%
3	Lama Menabung 6 THN	48 Orang	53%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa, lama menabung 1-3 tahun ada 15 orang atau 16%, lama menabung 3-6 tahun ada 33 orang atau 31% dan lama menabung selama 6 tahun ada 48 orang atau 53%. Tabel tersebut menunjukkan mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan lama menabung dengan rentang waktu 6 tahun senilai 48 responden atau 53%.

5. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian

a. Deskripsi Variabel *Self Service Technology*

Tabel 4.5**Tanggapan Responden Terkait *Self Service Technology***

No	Pertanyaan	Skor								Jumlah
		SS		S		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X1.1	42	42%	54	54%	0	0%	0	0%	96
2	X1.2	40	40%	56	56%	0	0%	0	0%	96
3	X1.3	44	44%	52	52%	0	0%	0	0%	96
4	X1.4	41	41%	55	55%	0	0%	0	0%	96
5	X1.5	45	45%	51	51%	0	0%	0	0%	96
6	X1.6	44	44%	52	52%	0	0%	0	0%	96
7	X1.7	43	43%	53	53%	0	0%	0	0%	96
8	X1.8	42	42%	54	54%	0	0%	0	0%	96

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa, Responden dalam menanggapi setiap pertanyaan menghasilkan respon paling dominan yang berbeda-beda yang dapat dilihat di tabel. Pada X1.1 jawaban setuju merupakan paling dominan sebesar 54 responden dengan 54%. X1.2 paling banyak responden menjawab setuju 56% atau sama

halnya 56 anggota. X1.3 paling banyak responden menjawab setuju 52% atau sama halnya 52 anggota. X1.4 paling banyak responden menjawab setuju 55% atau sama halnya 55 anggota Berbeda dengan X1.5, yang sangat setuju sebesar 45 anggota atau 45%. X1.6 paling banyak responden menjawab sangat setuju 44% atau sama halnya 44 anggota. X1.7 paling banyak responden menjawab sangat setuju 43% atau sama halnya 43 anggota. Dan X1.8 berjumlah 42 responden atau 42%.

b. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terkait Kualitas Layanan

No	Pertanyaan	Skor								Jumlah
		SS		S		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	
1	X2.1	4	46	5	50	0	0	0	0	96
		6	%	0	%		%		%	
2	X2.2	4	47	4	49	0	0	0	0	96
		7	%	9	%		%		%	
3	X2.3	4	44	5	52	0	0	0	0	96
		4	%	2	%		%		%	

4	X2.4	4 8	48 %	4 8	48 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
5	X2.5	4 5	45 %	5 1	51 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
6	X2.6	4 2	42 %	5 4	54 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
7	X2.7	4 0	40 %	5 6	56 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
8	X2.8	4 4	44 %	5 2	52 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
9	X2.9	4 1	41 %	5 5	55 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
10	X2.10	4 5	45 %	5 1	51 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
11	X2.11	4 4	44 %	5 2	52 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
12	X2.12	4 3	43 %	5 3	53 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96
13	X2.13	4 2	42 %	5 4	54 %	0 %	0 %	0 %	0 %	96

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa, Responden dalam menanggapi setiap pertanyaan menghasilkan respon paling dominan

yang berbeda-beda yang dapat dilihat di tabel. Pada X2.1 jawaban setuju merupakan paling dominan sebesar 50 responden dengan 50%. X2.2 paling banyak responden menjawab setuju 49% atau sama halnya 49 anggota. X2.3 paling banyak responden menjawab setuju 52% atau sama halnya 52 anggota. X2.4 paling banyak responden menjawab setuju 48% atau sama halnya 48 anggota. X2.5 paling banyak responden menjawab setuju 51% atau sama halnya 51 anggota. X2.6 paling banyak responden menjawab setuju 54% atau sama halnya 54 anggota. Berbeda dengan X2.7 yang sangat setuju sebesar 40 anggota atau 40%. X2.8 paling banyak responden menjawab sangat setuju 44% atau sama halnya 44 anggota. X2.9 paling banyak responden menjawab sangat setuju 41% atau sama halnya 41 anggota. X2.10 yang sangat setuju sebesar 45 anggota atau 45%. X2.11 paling banyak responden menjawab sangat setuju 44% atau sama halnya 44 anggota. X2.12 paling banyak responden menjawab sangat setuju 43% atau sama halnya 43 anggota. Dan X2.13 berjumlah 42 responden atau 42%.

c. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Nasabah

No	Pertanyaan	Skor								Jumlah
		SS		S		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Y.1	45	45	5	51	0	0	0	0	96
			%	1	%		%		%	
2	Y.2	46	46	5	50	0	0	0	0	96
			%	0	%		%		%	
3	Y.3	41	41	5	55	0	0	0	0	96
			%	5	%		%		%	
4	Y.4	44	44	5	52	0	0	0	0	96
			%	2	%		%		%	
5	Y.5	40	40	5	56	0	0	0	0	96
			%	6	%		%		%	
6	Y.6	45	45	5	51	0	0	0	0	96
			%	1	%		%		%	
7	Y.7	42	42	5	54	0	0	0	0	96
			%	4	%		%		%	
8	Y.8	44	44	5	52	0	0	0	0	96
			%	2	%		%		%	

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa, Responden dalam menanggapi setiap pertanyaan menghasilkan respon paling dominan

yang berbeda-beda yang dapat dilihat di tabel. Pada Y.1 jawaban setuju merupakan paling dominan sebesar 51 responden dengan 51%. Y.2 paling banyak responden menjawab setuju 50% atau sama halnya 50 anggota. Y.3 paling banyak responden menjawab setuju 55% atau sama halnya 55 anggota. Y.4 paling banyak responden menjawab setuju 52% atau sama halnya 52 anggota Berbeda dengan Y.5 yang sangat setuju sebesar 40 anggota atau 40%. Y.6 paling banyak responden menjawab sangat setuju 45% atau sama halnya 45 anggota. Y.7 paling banyak responden menjawab sangat setuju 42% atau sama halnya 42 anggota. Dan Y.8 berjumlah 44 responden atau 44%.

C. Deskripsi Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Dilakukan untuk menguji kevalidan setiap pertanyaan yang telah dibagikan ke anggota BSI KCP Batang sebanyak 96 orang responden.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
<i>Self Service Technology</i>	1	0,613	0,168	Valid
	2	0,573	0,168	Valid
	3	0,185	0,168	Valid

(X1)	4	0,535	0,168	Valid
	5	0,462	0,168	Valid
	6	0,573	0,168	Valid
	7	0,491	0,168	Valid
	8	0,490	0,168	Valid
Kualitas Layanan (X2)	1	0,503	0,168	Valid
	2	0,287	0,168	Valid
	3	0,058	0,168	Valid
	4	0,568	0,168	Valid
	5	0,479	0,168	Valid
	6	0,390	0,168	Valid
	7	0,422	0,168	Valid
	8	0,187	0,168	Valid
	9	0,358	0,168	Valid
	10	0,563	0,168	Valid
	11	0,462	0,168	Valid
	12	0,174	0,168	Valid

	13	0,267	0,168	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,507	0,168	Valid
	2	0,376	0,168	Valid
	3	0,416	0,168	Valid
	4	0,565	0,168	Valid
	5	0,551	0,168	Valid
	6	0,504	0,168	Valid
	7	0,523	0,168	Valid
	8	0,295	0,168	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa, Tabel uji validitas setiap butir pertanyaan yang ada valid. Dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} ($df = n-2$ dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Dimana ($df = n-2$ yaitu $96-2 = 94$ (signifikansi 5%) mendapatkan hasil 0,168 dari r_{hitung} setiap pertanyaan diatas lebih besar dari pada r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Meninjau ada atau tidaknya kekonsistenan, ketelitian dalam kuesioner. Penulis menggunakan bantuan IBM SPSS 25 dalam menguji uji reliabilitas.

Tabel 4.9**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Self Service Technology</i> (X1)	0,697	Reliabel
2	Kualitas Layanan (X2)	0,647	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0,684	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa, Variabel *self service technology*, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel disebabkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak, untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 4.10**Hasil Uji Normalitas**

<i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	0,058
<i>Asymp. Sig.(2-tailed)</i>	0,200

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa, Nilai signifikansi uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* senilai 0,058 dengan nilai signifikansinya $0,200 > 0,05$, maka ditarik kesimpulan data dalam penelitian ini normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ada gejala korelasi antar variabel bebas (independen).

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
(<i>Constant</i>)		
<i>Self Service Technology</i> (X1)	0,792	1,263
Kualitas Layanan (X2)	0,792	1,263

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa, Nilai tolerance untuk semua variabel bebas lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka dapat ditarik simpulan bahwa dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas (independen) penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.12

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Standardized Coefficients		Sig.
	Beta	T	
(Constant)		0,745	0,458
<i>Self Service Technology</i> (X1)	- 0,112	- 1,086	0,280
Kualitas Layanan (X2)	0,084	0,812	0,419

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa, Signifikansi variabel *self service technology*, kualitas layanan dan kepuasan nasabah $> 0,05$. Dikarenakan nilai signifikansi semua variabel $> 0,05$. Dapat ditarik

simpulan data dalam penelitian ini tidak terindikasi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

Tabel 4.13

Hasil Uji Linieritas

	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Deviation from Linearity</i>	17,151	9	1,906	0,755	0,658

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa, Pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,755 dengan signifikansi 0,658, maka diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, maka dari hipotesis yang diberikan, diterima. Artinya kedua data saling berhubungan secara linier.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Riset ini memakai persamaan regresi berganda yang akan dianalisis ialah pengaruh *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
(Constant)	3,348	2,970
<i>Self Service Technology</i> (X1)	0,456	0,087
Kualitas Layanan (X2)	0,261	0,071

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa, hasil analisis persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan antara lain:

- a. Konstanta senilai 3,348 memperlihatkan variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh sebesar 3,348. Apabila variabel independen tetap, maka nilai kepuasan nasabah 3,348.
- b. Koefisien *self service technology* (X1) senilai 0,456 menunjukkan bahwa koefisien bertanda positif memiliki arti adanya hubungan positif antara *self service technology* dengan kepuasan nasabah. Ketika *self service technology* naik maka kepuasan nasabah anggota naik 0,456.

- c. Koefisien kualitas layanan (X2) senilai 0,261 menunjukkan bahwa koefisien bertanda positif memiliki arti adanya hubungan positif antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah. Ketika kualitas layanan naik maka kepuasan nasabah anggota naik 0,261.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t (Persial)

Uji Parsial ialah pengecekan terhadap koefisien regresi selaku sebagian atau parsial, pengecekan ini dilaksanakan agar mengerti dan memahami signifikansi kedudukan selaku sebagian antara variabel indepeneden atau bebas terhadap variabel terikat atau dependen menyepakati variabel indepeneden (bebas) tetap. Hasil pengecekan ini lanjutnya di compare dengan t_{tabel} memakai jenjang alpha 0,05.

Tabel 4.15

Hasil Uji t (Persial)

Variabel	t_{tabel}	t_{hitung}	Sig.
<i>Self Service Technology</i> (X1)	1,661	5,230	0,000
Kualitas Layanan (X2)	1,661	3,650	0,000

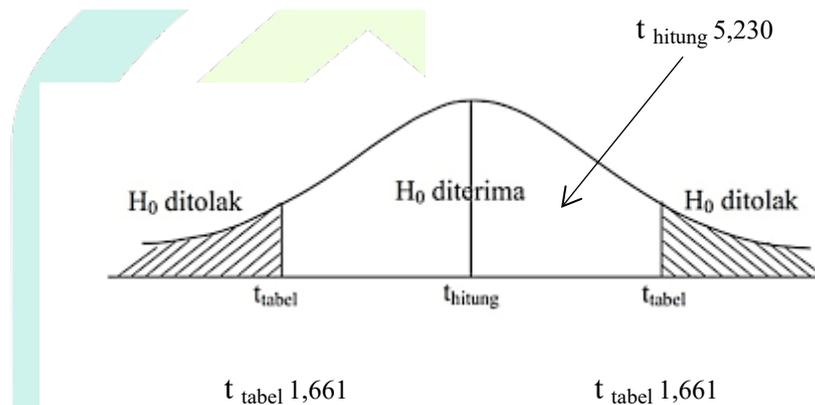
Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa, Perolehan hasil sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi parsial untuk *self service technology* mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $5,230 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dan nilai sig $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_{a1} diterima H_{o1} ditolak, sehingga variabel *self service technology* (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Nasabah (Y).

Gambar 4.1

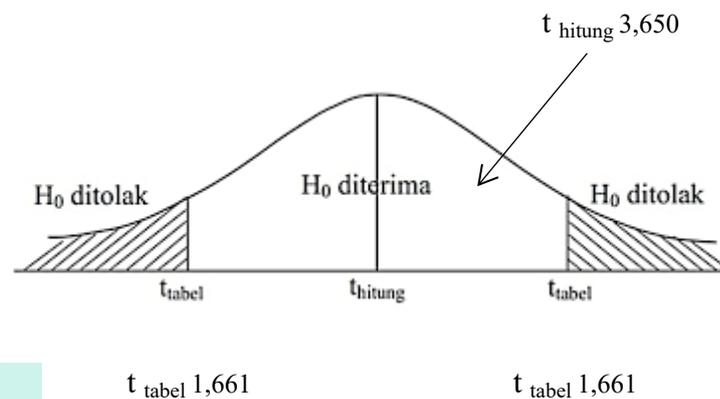
**Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_o Variabel
Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah**



- 2) Koefisien regresi parsial untuk kualitas layanan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $3,650 > t_{tabel}$ sebesar $1,661$ dan nilai sig $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_{o2} diterima, sehingga variabel Kualitas Layanan (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Gambar 4.2

**Daerah Penerimaan H_a dan Penolakan H_0 Variabel
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah**



b. Uji F (Simultan)

Uji F untuk memahami seberapa besar tingkat signifikansi dan pengaruh yang di pakai variabel independen atas variabel dependen. Taraf signifikan yang diterapkan nilai sebesar 5% dan nilai signifikan $< 5\%$ maka hipotesis diterima yang artinya bahwa seluruh variabel bebas atau independen berpengaruh selaku berbarengan atau simultan terhadap variabel terikat atau dependen.

Tabel 4.16

Hasil Uji F (Simultan)

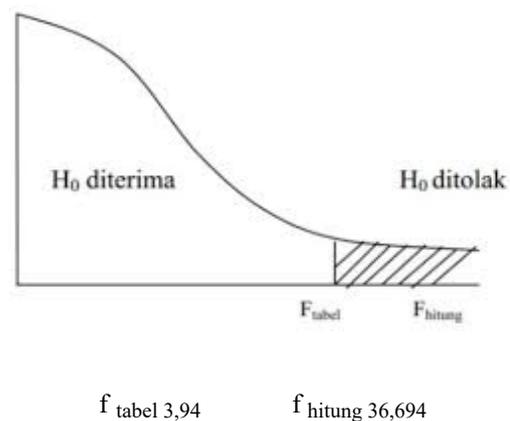
Variabel	f_{tabel}	f_{hitung}	Sig.
Kepuasan Nasabah (Y)	3,94	36,694	0,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa, Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,694 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,94. Nilai probabilitas yang ditunjukkan oleh nilai sig sebesar 0,000 dan nilai α 0,05 atau 5%. Sehingga $F_{hitung} 36,694 > F_{tabel} 3,94$ dan nilai sig. $0,000 < \alpha$ 0,05 atau 5% maka disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan atas variabel dependen.

Gambar 4.3

Grafik Hasil Uji F



c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independent atau bebas dalam menerangkan secara keseluruhan terhadap variabel dependen atau terikat serta pengaruhnya secara potensial dapat diketahui dari besarnya nilai koefisien determinasi (R^2).

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0,441	0,429

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1% sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *Self Service Technology* terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang.

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya t hitung sebesar 5,230 dengan t tabel 1,661 berarti nilai t hitung > t tabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%. Sehingga H_0 ditolak berarti variabel *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

pengguna perbankan melalui *self service technology* pada BSI KCP Batang.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *self service technology* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Jadi semakin baik *self service technology* yang diberikan kepada nasabah maka akan meningkatkan juga kepuasan nasabahnya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Gita (2022), bahwa *self service technology* mudah digunakan dan dapat memberikan kegembiraan bagi pengguna. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan teori Meuter (2000), bahwa Dengan menggunakan teknologi bisa jadi penarik bagi penyedia layanan karena dapat meningkatkan layanan operasional, menumbuhkan efisiensi layanan, menawarkan lebih banyak manfaat kepada konsumen dan memperluas akses ke layanan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shely (2021) dan Gita (2022), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP

Batang.

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya t hitung sebesar 3,650 dengan t tabel 1,661 berarti nilai t hitung > t tabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan

variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%. Sehingga H_0 ditolak berarti variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna perbankan melalui kualitas layanan yang baik pada BSI KCP Batang.

Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Jadi semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka akan meningkatkan juga kepuasan nasabahnya. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Intan (2022) jika suatu perusahaan atau organisasi tertentu dapat menyediakan produk dan jasa (jasa) yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, harapan pelanggan/pengguna. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan teori Lupiyad (2001) bahwa konsumen menghargai apa yang mereka dapatkan dari pelayanan dan mengharapkan untuk menerima tingkat pelayanan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diana (2021) dan Rumiya (2021) dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan BSI KCP Batang.

Dari hasil pengujian uji f diperoleh besarnya f hitung sebesar 36,694 dengan f tabel 3,94 berarti nilai f hitung $>$ f tabel. Nilai signifikansi

sebesar $0,000 < (0,05)$, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%. Sehingga H_0 ditolak berarti variabel *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh simultan terhadap variabel kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna perbankan melalui *self service technology* dan kualitas layanan yang baik pada BSI KCP Batang.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel *self service technology* dan kualitas layanan menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Jadi semakin baik *self service technology* dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka akan meningkatkan juga kepuasan nasabahnya. Penelitian ini menandakan bahwa seluruh variabel bebas yang masuk dalam model regresi secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azhar (2022) dan Ramadhanti (2022) dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel *self service technology* dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari pembahasan penelitian dan hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier dinyatakan nilai t_{hitung} *self service technology* senilai 5,230 atau lebih dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikan senilai $0,000 < 0,05$, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh signifikan antara *self service technology* dengan kepuasan nasabah pada BSI KCP Batang.
2. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier dinyatakan nilai t_{hitung} kualitas layanan senilai 3,650 atau lebih dari t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikan senilai $0,000 < 0,05$, *Adjusted R Square* menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Sehingga ditarik kesimpulan ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah pada BSI KCP Batang.
3. Berdasarkan hasil uji simultan dinyatakan nilai signifikan senilai $0,000 < 0,05$ & nilai F_{hitung} 36,694 atau lebih dari F_{tabel} 1,127, *Adjusted R Square*

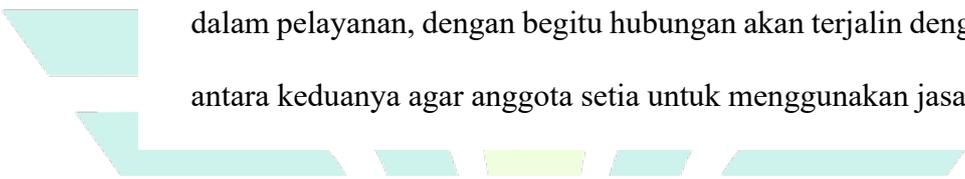
menunjukkan angka sebesar 0,429, yang berarti bahwa variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dengan nilai sebesar 42,9% dan 57,1%, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Besarnya pengaruh bersama-sama dijelaskan dalam Koefisien Determinasi dengan nilai Adjusted R Square (R^2) senilai 42,9% sehingga Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *self service technology* dan Kualitas Layanan senilai 57,1%. Maka dapat ditarik kesimpulan ada pengaruh secara simultan antara *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Batang.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini sudah disusun, direncanakan dengan baik tetapi masih menemui beberapa keterbatasan yaitu:

1. Tempat penelitian atau objek yang dijadikan penelitian hanya mengambil satu cabang saja yang menjadi kantor pusat BSI KC Batang, sehingga kurang mewakili.
2. Pada penelitian ini hanya *self service technology* dan kualitas layanan yang diteliti. Maka dari itu, seluruh aspek yang mempunyai hubungan terhadap kepuasan nasabah tidak diteliti.
3. Dalam mengisi kuesioner, responden terkadang mengisi tidak sesuai dengan opini responden sesungguhnya. Hal tersebut karena perbedaan pemikiran, pemahaman dari responden juga faktor lainnya.

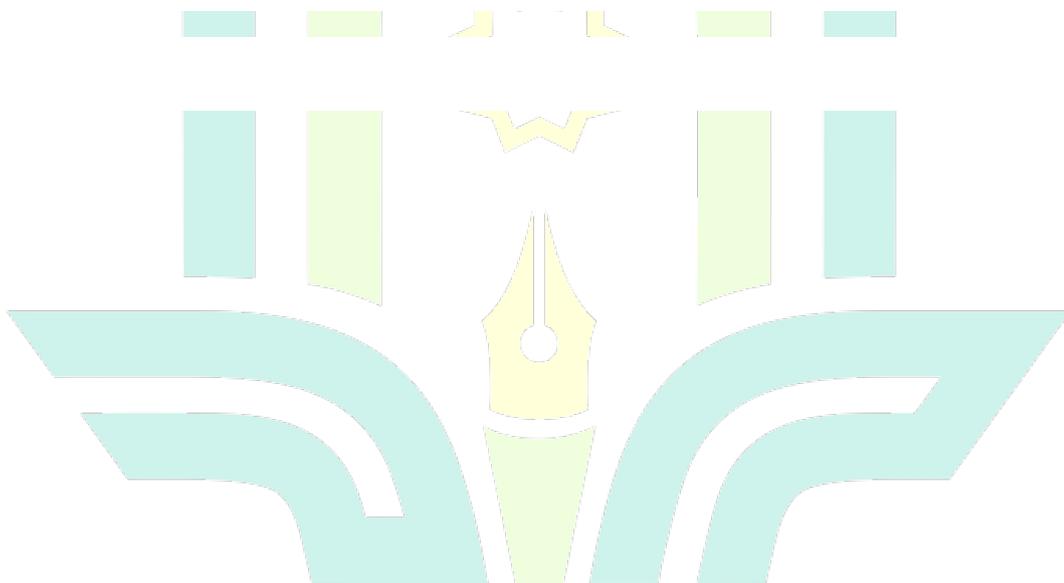
C. Implikasi

1. Implikasi Teoritis, berharap adanya manfaat dari penelitian ini untuk pengembangan teori dan aplikasi selanjutnya mengenai pokok bahasan yang sama.
 2. Implikasi Praktis
 - a. *Self service technology* dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain anggota merasa bahwa teknologi tersebut layak digunakan dengan baik dan kualitas yang diberikan juga baik, maka dari itu nasabah akan merasa puas.
 - b. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *self service technology* dan kualitas layanan. Ketika dua variabel tersebut berjalan dengan baik pastinya akan membuat kepuasan nasabah meningkat.
 - c. Hasil dari *self service technology* dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah secara simultan. Itu berarti BSI harus menyediakan teknologi yang baik dan juga menjaga kualitas dalam pelayanan, dengan begitu hubungan akan terjalin dengan baik antara keduanya agar anggota setia untuk menggunakan jasa di BSI.
- 

D. Saran

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah dipaparkan, maka peneliti memaparkan saran dan rekomendasi yang sekiranya dapat menyalurkan dampak baik kepada pihak-pihak terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melaksanakan penelitian dengan mengembangkan atau menambah variabel lain yang memberikan dampak terhadap kepuasan nasabah seperti Kominukasi Pemasaran, Komitmen, Loyalitas, Penanganan Masalah dan Kepercayaan serta memperlebar jangkauan riset sehingga dapat semakin menyempurnakan penelitian yang dilakukan sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991) and (2005). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Arifin, T. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia.

Azhar, F., Ibrahim, A., & Riza, A. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh. *JIMEBIS-Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, 3(1), 7-15.

Ghozali, I. (2015). *Metodologi Riset Edisi Kelima*. Semarang: UNDIP Publisher.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37-44.

Hindarsah, I. (2021). The influence of service quality, emotional marketing and spiritual marketing on customer satisfaction. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3685-3689.

Indonesia, B.S. (2022) BSI | Bank Syariah indonesia, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html. Available at: <https://www.bankbsi.co.id/> (Accessed: 28 May 2023).

Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Geger Kalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*.

Jauhariyah, I. (2020). Pengaruh Self-Service Technology (SST) terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Kurniawati, D. (2022). Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam Di Masa Pandemi COVID-19 Pada Bank Syariah Indonesia KC. Kudus A. Yani 1 (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Mahrnun, R. S. U. (2020). Pengaruh self service technology dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah: Studi pada Erah. id (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).

Marlius, D., & Putriani, I. (2020). Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tapan Cabang Painan Dilihat dari Kualitas Layanan Customer Service. *Jurnal Pundi*, 3(2), 111-122.

Mawaddah, R. A., & Sugiharto, T. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan: Studi Empiris Pada Konsumen E-Travel Agency (Online Travel Agency). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(3), 206-222.

Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of marketing*, 64(3), 50-64.

Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53-62.

Pranatha, E. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman.

Sangi, I. M., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity*, 3(2), 107-112.

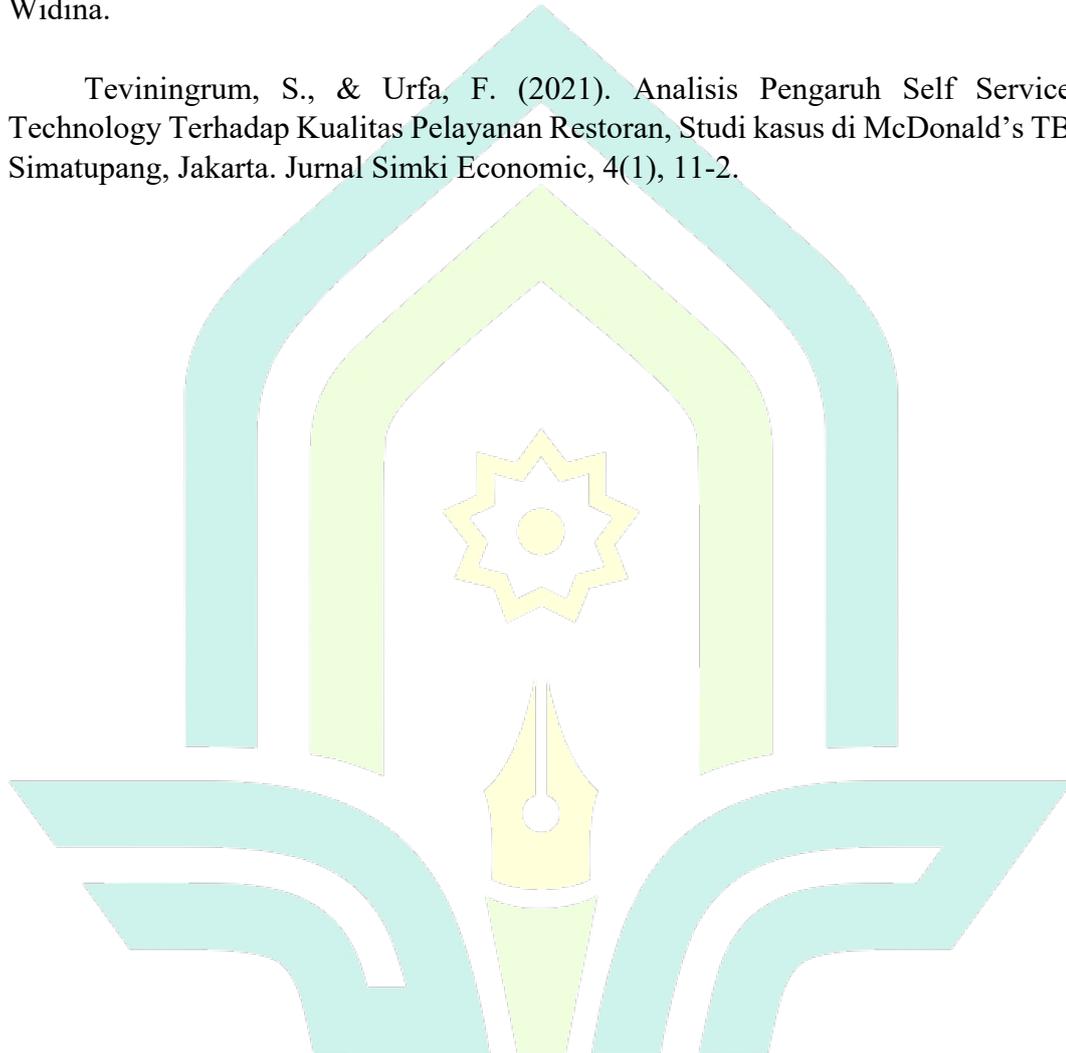
Siadari, K., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 155-160.

Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2018). Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Syah, A. (2021). Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan. Penerbit Widina.

Teviningrum, S., & Urfa, F. (2021). Analisis Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran, Studi kasus di McDonald's TB Simatupang, Jakarta. Jurnal Simki Economic, 4(1), 11-2.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : **Muhammad Dimas Maulana**
2. Tempat tanggal lahir : **Pekalongan, 25 April 1997**
3. Alamat : **Jl. Kunti Utara Kesambi 8 No.7**
4. No. Hp : **085700325049**
5. Email : **dimasfaless55@gmail.com**
6. Nama Ayah : **Darul Ulum**
7. Nama Ibu : **Manah**

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : **SDN Kandang Panjang 2**
2. SMP : **SMPN 4 Pekalongan**
3. SMA : **SMAN 2 Pekalongan**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

Jl. Pahlawan Rowolaku Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id | Email : perpustakaan@uingusdur.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD DIMAS MAULANA
NIM : 4217003
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH / FEBI
Email : dimasfaless55@gmail.com
No. Hp : 085700325049

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY*
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BSI KCP BATANG**

Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 9 Oktober 2023



MUHAMMAD DIMAS MAULANA
NIM : 4217003

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISINONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN :

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : _____ Tahun
4. Pendapatan Per Bulan : Kurang dari Rp 1.500.000,-
 Rp 1.500.000,- s.d Rp 3.000.000,-
 Rp 3.000.000,- s.d Rp 5.000.000,-
 Rp 5.000.000,-
5. Lama Menabung : 1-3 Tahun
 3-6 Tahun
 6 Tahun

PETUNJUK PENGISIAN

1. Kreteria : Nasabah BSI KCP Batang
2. Berilah tanda checklist (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada masing-masing pernyataan.
3. Kuesioner di bawah ini memuat sejumlah pernyataan. Bapak/Ibu diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada kuesioner ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu.

KETERANGAN :

- SS** : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

1. SELF SERVICE TECHNOLOGY

NO	PERTANYAAN	PILIHAN			
		SS	S	TS	STS
1	Penggunaan perangkat self service technology (website) dapat dioperasikan dengan mudah oleh nasabah.				
2	Penggunaan perangkat self service technology (website) dapat diselesaikan dalam waktu singkat.				
3	Senang menggunakan fasilitas self service technology (website) dalam bertransaksi.				
4	Merasa aman dan nyaman menggunakan fasilitas self service technology (website) dalam bertransaksi.				
5	Fasilitas self service technology (website) memiliki tampilan yang menarik.				
6	Fasilitas self service technology (website) memberikan kemudahan dan kenyamanan.				
7	Fasilitas self service technology (website) sesuai dengan keinginan nasabah.				
8	Fasilitas self service technology (website) memberikan rasa aman nasabah.				

2. KUALITAS LAYANAN

NO	PERTANYAAN	PILIHAN			
		SS	S	ST	STS
1	Karyawan memberikan pelayanan secara professional.				
2	Karyawan menggunakan bahasa dan sikap yang sopan dalam melayani nasabah.				
3	Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan.				
4	Karyawan memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah.				
5	Karyawan memberikan pelayanan secara akurat/jelas kepada nasabah.				
6	Karyawan tanggap saat memenuhi kebutuhan nasabah.				
7	Karyawan sedia membantu nasabah saat mengalami kesulitan.				
8	Karyawan mempunyai pengetahuan yang baik terhadap produk dan jenis layanan.				
9	Karyawan teliti dalam melayani nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi.				
10	Karyawan selalu bersikap sopan saat melayani nasabah.				
11	Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.				
12	Karyawan tanggap dan cekatan dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa harus dimintai bantuan.				
13	Karyawan memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian.				

3. KEPUASAN NASABAH

NO	PERTANYAAN	PILIHAN			
		SS	S	ST	STS
1	Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan.				
2	Pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.				
3	Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.				
4	Berminat untuk berkunjung kembali karena kualitas layanan baik.				
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan memadai.				
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena puas menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan.				
7	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena mudah dalam bertransaksi				
8	Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena layanan yang diberikan memuaskan.				

Lampiran 2

TABULASI DATA KUESIONER

Self Service Technology (X1)

No	<i>Self Service Technology (X1)</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	X1
1	3	3	3	4	3	3	3	4	26
2	3	4	3	3	3	3	3	3	25
3	3	4	4	3	4	4	3	3	28
4	3	3	4	4	3	3	4	3	27
5	4	3	4	3	4	3	4	3	28
6	3	4	3	3	4	3	3	4	27
7	3	3	4	3	3	3	3	3	25
8	3	3	4	3	4	3	3	3	26
9	3	3	4	3	3	3	3	3	25
10	3	3	4	3	3	3	3	3	25
11	3	3	4	3	3	3	3	3	25
12	3	3	4	3	3	3	4	3	26
13	3	3	4	3	4	3	4	3	27
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	3	3	4	3	3	3	3	3	25

16	4	4	3	3	4	4	4	4	30
17	4	4	4	4	4	4	3	3	30
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	3	31
21	4	3	4	4	3	4	3	4	29
22	4	3	3	4	4	3	3	4	28
23	4	3	4	4	3	4	3	4	29
24	4	3	3	3	3	3	3	3	25
25	3	3	3	3	4	3	3	3	25
26	3	3	4	4	3	3	3	3	26
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	3	4	4	3	3	4	3	28
29	4	3	3	3	3	4	3	3	26
30	3	4	4	3	4	4	3	3	28
31	3	4	4	3	4	3	3	3	27
32	3	3	4	4	4	3	3	4	28
33	3	3	4	4	3	3	4	3	27
34	4	3	4	3	4	3	4	3	28
35	3	4	3	3	4	3	3	4	27
36	3	3	4	3	3	3	3	4	26
37	3	3	4	3	4	3	3	3	26
38	3	3	4	3	3	3	3	3	25

39	3	3	4	3	3	3	3	3	25
40	3	3	3	4	3	4	3	3	26
41	3	3	4	3	3	3	4	3	26
42	3	3	4	3	4	3	3	3	26
43	3	3	3	3	3	3	3	4	25
44	3	3	3	4	3	3	4	3	26
45	4	4	3	3	4	4	4	4	30
46	4	4	4	4	4	4	3	3	30
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	4	3	3	4	3	4	29
49	4	4	3	4	4	3	4	3	29
50	4	4	3	4	3	4	3	4	29
51	4	3	4	4	3	4	3	4	29
52	4	3	3	3	3	3	3	3	25
53	3	3	3	3	4	3	3	3	25
54	3	3	4	4	3	3	3	3	26
55	4	3	4	3	3	4	3	3	27
56	4	3	4	4	3	3	3	4	28
57	4	3	3	3	3	4	3	4	27
58	4	4	3	4	3	3	3	4	28
59	3	4	3	3	4	4	3	3	27
60	3	3	4	4	3	4	4	3	28
61	4	3	4	3	4	3	3	4	28

62	3	4	3	3	4	3	3	4	27
63	3	3	4	3	3	3	3	3	25
64	3	3	4	3	4	3	3	3	26
65	3	3	4	3	3	3	3	3	25
66	4	4	3	3	3	3	3	3	26
67	3	3	4	3	3	3	3	3	25
68	3	3	4	3	3	3	4	3	26
69	3	3	4	3	4	3	4	3	27
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	3	3	4	3	3	4	3	3	26
72	3	4	3	3	4	4	3	3	27
73	4	3	3	3	4	3	3	3	26
74	4	4	4	3	3	4	3	3	28
75	4	3	4	4	3	3	4	3	28
76	4	3	3	4	3	3	3	3	26
77	4	3	4	3	3	4	3	3	27
78	4	3	3	4	4	3	3	4	28
79	4	3	4	4	3	4	3	4	29
80	4	3	3	3	3	3	3	3	25
81	3	3	3	3	4	3	3	3	25
82	3	3	4	4	3	3	3	3	26
83	4	4	3	3	4	3	4	3	28
84	4	3	4	4	3	3	3	4	28

85	4	3	3	3	3	4	3	3	26
86	4	4	3	3	4	3	4	3	28
87	3	4	4	3	4	3	3	4	28
88	3	3	4	3	3	4	3	3	26
89	3	3	4	3	4	3	4	3	27
90	4	3	4	3	4	3	4	3	28
91	3	4	3	3	4	3	3	4	27
92	3	3	4	3	3	3	3	3	25
93	3	3	4	3	4	3	3	3	26
94	3	3	4	3	3	3	3	4	26
95	3	3	4	3	3	3	3	3	25
96	3	3	4	3	3	3	3	4	26

Kualitas Layanan (X2)

No	Kualitas Layanan (X2)													Total X2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	
1	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	42
2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	41
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	49
4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	47
5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	46

6	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	46
7	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	45
8	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	43
9	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	44
10	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	44
11	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	44
12	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	42
13	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
14	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	42
15	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	42
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	49
17	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	46
18	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	42
19	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	48
20	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
21	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	46
22	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	46
23	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	46
24	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	45
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	42
26	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	47
27	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50
28	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	42

29	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	42
30	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	46
31	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	47
32	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	43
33	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	47
34	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	46
35	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	47
36	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	43
37	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	43
38	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	44
39	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	43
40	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	42
41	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	42
42	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
43	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	42
44	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	43
45	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	48
46	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	47
47	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
48	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	46
49	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	46
50	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	46
51	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	45

52	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	43
53	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	45
54	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	45
55	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	44
56	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	44
57	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	42
58	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	48
59	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	45
60	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	47
61	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	46
62	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	47
63	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	44
64	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	43
65	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	44
66	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	44
67	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	43
68	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	42
69	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
70	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
71	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	42
72	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	44
73	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	46
74	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41

75	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	46
76	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
77	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	44
78	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	46
79	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	44
80	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	46
81	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	44
82	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	46
83	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	43
84	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	44
85	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	42
86	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	44
87	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	44
88	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	45
89	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	47
90	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	46
91	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	47
92	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	44
93	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	44
94	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	44
95	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	45
96	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	43

Kepuasan Nasabah (Y)

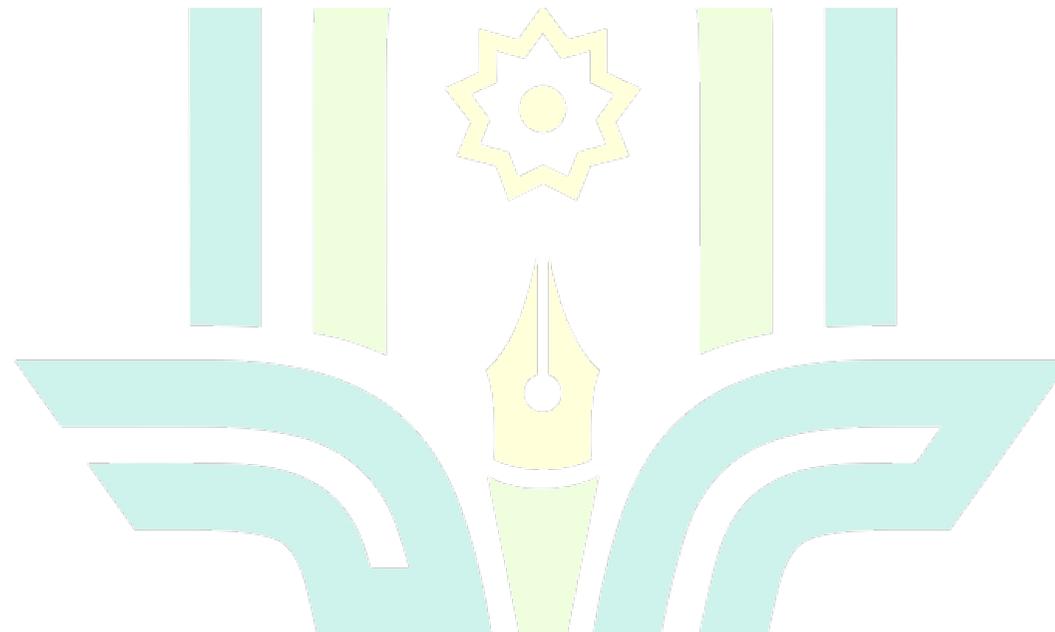
No	Kepuasan Nasabah (Y)								Total Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	3	3	4	3	3	3	3	25
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	3	4	4	3	4	4	3	29
5	4	3	4	4	4	4	3	4	30
6	3	4	3	4	3	3	4	4	28
7	3	4	3	4	4	4	3	3	28
8	3	3	4	3	3	3	3	3	25
9	3	3	3	3	3	3	4	4	26
10	3	4	3	3	4	3	4	3	27
11	3	4	4	3	4	3	4	3	28
12	4	3	3	4	4	4	3	3	28
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	3	4	4	4	4	4	3	3	29
17	3	3	4	3	4	3	3	4	27
18	4	4	3	3	4	4	4	4	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32

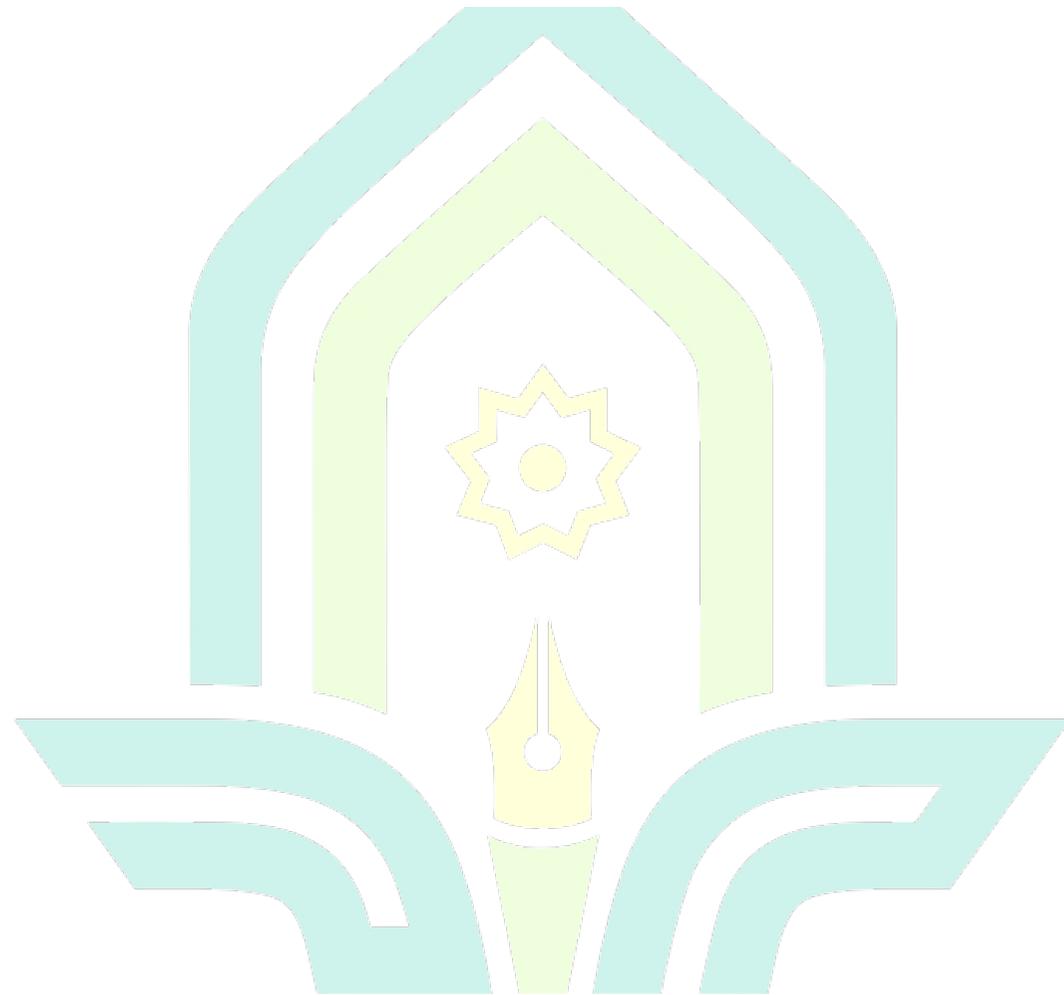
20	3	3	3	3	4	4	4	4	28
21	4	3	4	4	4	4	4	4	31
22	4	3	4	4	4	4	4	3	30
23	4	4	3	3	3	3	3	3	26
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	3	3	4	4	4	3	3	27
26	3	4	3	4	4	3	3	3	27
27	4	4	4	4	4	4	4	3	31
28	3	3	3	4	3	4	3	4	27
29	4	3	3	3	3	3	4	4	27
30	3	3	3	3	4	4	3	3	26
31	3	4	4	3	4	3	4	3	28
32	4	3	4	3	4	3	3	3	27
33	4	3	4	4	3	4	3	3	28
34	4	3	3	4	4	3	4	3	28
35	3	4	3	4	3	3	4	4	28
36	3	4	3	4	4	4	3	3	28
37	3	3	4	3	3	3	3	3	25
38	4	3	3	3	4	3	3	4	27
39	3	3	4	3	3	3	3	3	25
40	3	3	3	4	3	4	3	4	27
41	4	3	3	4	4	4	3	3	28
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24

43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
44	3	4	3	3	3	4	3	3	26
45	3	4	4	4	3	4	4	3	29
46	3	3	4	3	4	3	3	4	27
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	3	4	3	4	4	4	3	29
49	3	3	3	3	4	4	4	4	28
50	4	3	3	4	4	3	3	4	28
51	4	4	3	3	4	3	4	4	29
52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	3	3	3	4	4	4	3	3	27
54	3	4	3	4	4	3	3	4	28
55	3	4	3	3	3	3	3	4	26
56	3	3	4	3	3	4	3	4	27
57	4	3	3	3	3	3	4	4	27
58	4	4	3	3	4	3	4	3	28
59	3	4	4	4	4	4	4	3	30
60	4	3	4	4	3	4	4	3	29
61	4	3	4	4	4	3	4	3	29
62	3	4	3	3	4	3	4	3	27
63	3	4	3	3	4	4	3	3	27
64	3	3	4	3	3	3	3	3	25
65	3	3	3	3	4	3	4	3	26

66	3	3	3	3	3	4	3	3	25
67	4	4	3	3	3	4	3	3	27
68	4	3	3	4	3	4	3	3	27
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	3	3	4	3	3	3	3	4	26
71	3	3	3	3	4	3	4	3	26
72	3	4	4	4	4	3	4	3	29
73	3	3	4	3	4	3	3	3	26
74	3	4	3	3	3	3	4	3	26
75	4	4	3	3	4	4	3	3	28
76	4	3	3	3	3	4	3	3	26
77	3	3	3	4	3	3	3	4	26
78	4	3	4	4	3	3	4	3	28
79	4	4	4	3	3	3	3	3	27
80	3	3	3	3	3	3	3	3	24
81	3	3	3	4	4	4	3	3	27
82	3	4	3	4	4	3	3	3	27
83	3	4	3	3	4	3	3	4	27
84	3	3	4	3	3	4	3	4	27
85	4	3	3	3	3	3	4	4	27
86	3	3	4	3	3	4	4	3	27
87	3	4	3	4	3	3	4	3	27
88	4	3	4	3	4	4	3	4	29

89	4	3	4	4	3	4	4	3	29
90	4	3	4	4	4	3	4	3	29
91	3	4	3	4	3	3	4	4	28
92	3	4	3	4	4	4	3	3	28
93	3	3	4	3	3	3	4	3	26
94	3	3	4	3	4	3	3	4	27
95	3	3	4	3	3	4	4	3	27
96	4	3	3	4	4	4	3	3	28





Lampiran 3

HASIL UJI VALIDITAS

Hasil Uji Validitas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Self Service Technology (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.241*	-.141	.333**	0,075	.380**	.234*	.262*	.613**
	Sig. (2-tailed)		0,018	0,170	0,001	0,466	0,000	0,022	0,010	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.241*	1	-.272**	0,061	.456**	.358**	0,127	.277*	.573**
	Sig. (2-tailed)	0,018		0,007	0,553	0,000	0,000	0,219	0,006	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	-.141	-.272**	1	0,108	-.081	0,060	0,142	-.100	0,185

	Sig. (2-tailed)	0,170	0,007		0,296	0,433	0,560	0,169	0,333	0,071
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.333**	0,061	0,108	1	-0,096	.209*	.230*	.277*	.535**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,553	0,296		0,353	0,041	0,024	0,006	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	0,075	.456**	-0,081	-0,096	1	0,042	.269**	0,108	.462**
	Sig. (2-tailed)	0,466	0,000	0,433	0,353		0,683	0,008	0,293	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.380**	.358**	0,060	.209*	0,042	1	0,023	0,177	.573**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,560	0,041	0,683		0,823	0,085	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1.7	Pearson Correlation	.234*	0,127	0,142	.230*	.269**	0,023	1	-	.491**
	Sig. (2-tailed)	0,022	0,219	0,169	0,024	0,008	0,823		0,514	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X1.8	Pearson Correlation	.262**	.277**	-0,100	.277**	0,108	0,177	-0,067	1	.490**
	Sig. (2-tailed)	0,010	0,006	0,333	0,006	0,293	0,085	0,514		0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.613**	.573**	0,185	.535**	.462**	.573**	.491**	.490*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,071	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kualitas Layanan (X2)

Correlations															
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.248*	-.314**	0,134	.412**	.277**	0,111	-.212*	0,085	.374**	.305**	-0,001	-0,021	.503**
	Sig. (2-tailed)		0,015	0,002	0,194	0,000	0,006	0,280	0,038	0,409	0,000	0,003	0,989	0,840	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.248*	1	-.543**	0,077	-.097	0,103	.240*	-.220*	0,113	0,102	.315**	-0,158	0,170	.287**
	Sig. (2-tailed)	0,015		0,000	0,456	0,346	0,319	0,018	0,031	0,273	0,323	0,002	0,124	0,098	0,005
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	-.314**	-.543**	1	0,123	-.008	0,145	0,032	.381**	-0,089	0,031	-.231*	0,086	-0,019	0,058
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000		0,231	0,938	0,157	0,754	0,000	0,388	0,763	0,023	0,406	0,852	0,574
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X2.4	Pearson Correlation	0,134	0,077	0,123	1	0,196	.244*	0,133	0,119	.262*	.229*	0,123	0,190	-0,134	.568**
	Sig. (2-tailed)	0,194	0,456	0,231		0,056	0,016	0,198	0,250	0,010	0,025	0,231	0,063	0,194	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.412**	-0,097	-0,008	0,196	1	.219*	0,069	-0,045	-0,115	.299**	.251*	0,083	-0,038	.479**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,346	0,938	0,056		0,032	0,504	0,663	0,264	0,003	0,014	0,422	0,714	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.6	Pearson Correlation	.277**	0,103	-0,145	.244*	.219*	1	0,003	-.232*	.431**	-0,025	0,143	-0,027	-0,068	.390**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,319	0,157	0,016	0,032		0,976	0,023	0,000	0,806	0,163	0,795	0,508	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.7	Pearson Correlation	0,111	.240*	-0,032	0,133	0,069	0,003	1	-0,129	-0,031	.475**	0,148	-0,197	0,181	.422**
	Sig. (2-tailed)	0,280	0,018	0,754	0,198	0,504	0,976		0,211	0,766	0,000	0,151	0,055	0,077	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X2.8	Pearson Correlation	-.212*	-.220*	.381**	0,119	-.045	-.232*	-.0129	1	0,146	-.0154	-.0052	0,200	0,025	0,187
	Sig. (2-tailed)	0,038	0,031	0,000	0,250	0,663	0,023	0,211	0,156	0,135	0,616	0,051	0,810	0,068	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.9	Pearson Correlation	0,085	0,113	-.0089	.262*	-.0115	.431**	-.0031	0,146	1	-.0007	-.0043	-.0072	0,063	.358**
	Sig. (2-tailed)	0,409	0,273	0,388	0,010	0,264	0,000	0,766	0,156	0,950	0,675	0,484	0,539	0,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.10	Pearson Correlation	.374**	0,102	0,031	.229*	.299**	-.0025	.475**	-.0154	-.0007	1	.203*	-.0141	.229*	.563**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,323	0,763	0,025	0,003	0,806	0,000	0,135	0,950	0,048	0,172	0,025	0,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.11	Pearson Correlation	.305**	.315**	-.231*	0,123	.251*	0,143	0,148	-.0052	-.0043	.203*	1	0,089	0,076	.462**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,002	0,023	0,231	0,014	0,163	0,151	0,616	0,675	0,048	0,391	0,463	0,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

X2.1 2	Pearson Correla tion	- 0,001	- 0,158	0,086	0,190	0,083	- 0,027	- 0,197	0,200	- 0,072	- 0,14 1	- 0,08 9	1	- 0,18 7	0,154
	Sig. (2- tailed)	0,989	0,124	0,406	0,063	0,422	0,795	0,055	0,051	0,484	0,17 2	0,39 1		0,06 8	0,135
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2.1 3	Pearson Correla tion	- 0,021	0,170	- 0,019	- 0,134	- 0,038	- 0,068	0,181	0,025	0,063	.229 *	0,07 6	- 0,18 7	1	.267**
	Sig. (2- tailed)	0,840	0,098	0,852	0,194	0,714	0,508	0,077	0,810	0,539	0,02 5	0,46 3	0,06 8		0,009
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOT AL	Pearson Correla tion	.503**	.287**	0,058	.568**	.479**	.390**	.422**	0,187	.358**	.563 **	.462 **	0,15 4	.267 **	1
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,005	0,574	0,000	0,000	0,000	0,000	0,068	0,000	0,00 0	0,00 0	0,13 5	0,00 9	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	-0,093	0,158	0,197	0,159	.225*	.214*	0,048	.507**
	Sig. (2-tailed)		0,368	0,125	0,054	0,122	0,028	0,037	0,645	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	-0,093	1	-0,109	0,153	.246*	0,005	.214*	0,001	.376**
	Sig. (2-tailed)	0,368		0,288	0,136	0,016	0,958	0,037	0,993	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	0,158	-0,109	1	0,076	0,068	0,145	.223*	-0,012	.416**
	Sig. (2-tailed)	0,125	0,288		0,460	0,508	0,159	0,029	0,905	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

Y.4	Pearson Correlation	0,197	0,153	0,076	1	.214*	.342**	0,125	-0,011	.565**
	Sig. (2-tailed)	0,054	0,136	0,460		0,037	0,001	0,227	0,917	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	0,159	.246*	0,068	.214*	1	0,192	0,109	0,052	.551**
	Sig. (2-tailed)	0,122	0,016	0,508	0,037		0,061	0,290	0,612	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.6	Pearson Correlation	.225*	0,005	0,145	.342**	0,192	1	-0,021	-0,025	.504**
	Sig. (2-tailed)	0,028	0,958	0,159	0,001	0,061		0,837	0,807	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Y.7	Pearson Correlation	.214*	.214*	.223*	0,125	0,109	-0,021	1	0,094	.523**
	Sig. (2-tailed)	0,037	0,037	0,029	0,227	0,290	0,837		0,362	0,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

Y.8	Pearson Correlation	0,048	0,001	-0,012	-0,011	0,052	-0,025	0,094	1	.295**
	Sig. (2-tailed)	0,645	0,993	0,905	0,917	0,612	0,807	0,362		0,003
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.507**	.376**	.416**	.565**	.551**	.504**	.523**	.295**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

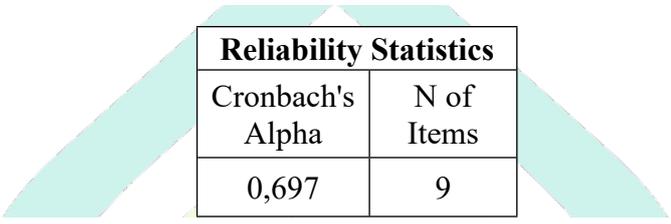
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4

HASIL UJI RELIABILITAS

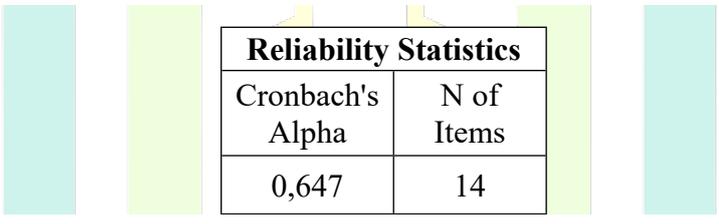
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Self Service Technology (X1)



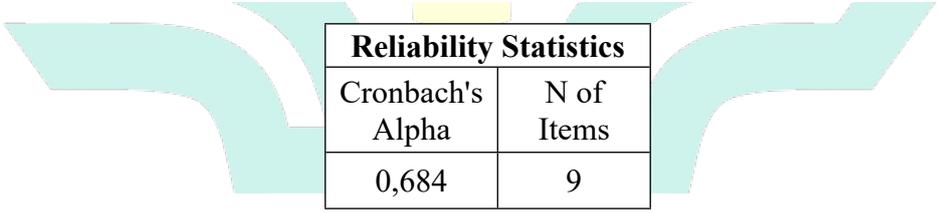
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,697	9

Kualitas Layanan (X2)



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,647	14

Kepuasan Nasabah (Y)



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,684	9

Lampiran 5

HASIL UJI NORMALITAS

Hasil Uji Normalitas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,37299826
Most Extreme Differences	Absolute	0,058
	Positive	0,041
	Negative	-0,058
Test Statistic		0,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6

HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

**Hasil Uji Multikolinieritas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan
Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

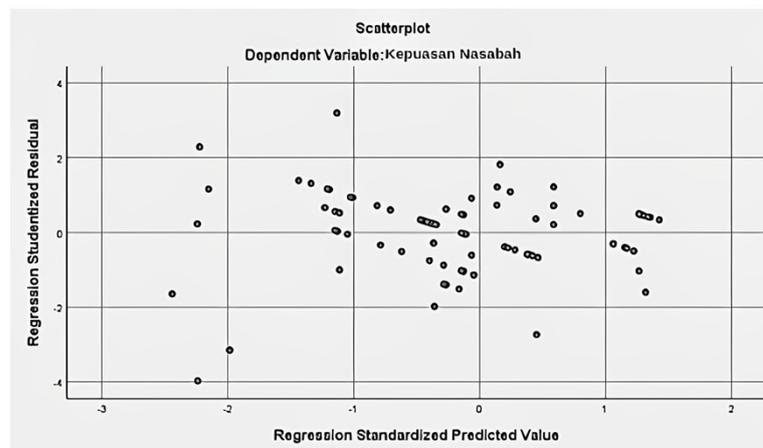
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
			B	Std. Error			Beta	Tolerance
1	(Constant)	0,978	1,685		0,580	0,563		
	X 1	0,059	0,049	0,138	1,194	0,235	0,792	1,263
	X 2	-0,033	0,041	-.093	-.802	0,424	0,792	1,263

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 7

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

**Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan
Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**



Lampiran 8

HASIL UJI LINIERITAS

Hasil Uji Linieritas Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X 1 * X 2	Between Groups	(Combined)	105,793	10	10,579	4,190	0,000
		Linearity	88,642	1	88,642	35,108	0,000
		Deviation from Linearity	17,151	9	1,906	0,755	0,658
	Within Groups		214,613	85	2,525		
	Total		320,406	95			

Lampiran 9

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,348	2,970		1,127	0,263
	X 1	0,456	0,087	0,456	5,230	0,000
	X 2	0,261	0,071	0,318	3,650	0,000

a. Dependent Variable: (Constant)

Lampiran 10

HASIL UJI T (PERSIAL)

Hasil Uji t (Persial) Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	3,348	2,970		1,127	0,263
	X 1	0,456	0,087	0,456	5,230	0,000
	X 2	0,261	0,071	0,318	3,650	0,000

a. Dependent Variable: (Constant)

Lampiran 11

HASIL UJI F (SIMULTAN)

Hasil Uji F (Simultan) Variabel *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141,319	2	70,660	36,694	.000 ^b
	Residual	179,087	93	1,926		
	Total	320,406	95			

a. Dependent Variable: (Constant)

b. Predictors: (Constant), X 2, X 1

Lampiran 12

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Variabel *Self Service Technology* (X1)
dan Kualitas Layanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	0,441	0,429	1,38768

a. Predictors: (Constant), X 2, X 1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 13

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nam : Muhammad Dimas Maulana

Nim : 4217003

Judul Skripsi : **Pengaruh *Self Service Technology* Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang sudah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 2 Juli 2023

Yang Menyatakan,



MUHAMMAD DIMAS MAULANA

Lampiran 14



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingsdur.ac.id email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B-1258/In.30/F.IV/PP.01.8/07/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan ijin penelitian

8 Juli 2022

Yth. Pimpinan BSI KC Pekalongan Yagis
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Muhammad Dimas Maulana
NIM : 4217003
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

“ PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KC PEKALONGAN YAGIS ”

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



	Ditandatangani Secara Elektronik Oleh: Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H NIP. 197502201999032001 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
--	--



PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Batang
JL A Yani No 6-7
Kauman, Batang
T: +62 285 421 282
F: +62 285 421 272
www.bankbsi.co.id

14 Juni 2023
No: 03/ 464 3/0063

Kepada:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan
Jl. Pahlawan KM 5, Rowolaku Kajen
Kab. Pekalongan

U.p.: Yth. Dr. Hj Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

Perihal: **SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN**

Assalamu'alaikum Wr Wb

Semoga Bapak/Ibu senantiasa berada dalam keadaan sehat wal'afiat dan dalam perlindungan Allah SWT.

Sehubungan dengan surat izin penelitian yang pernah diajukan, maka BSI KCP Batang menerangkan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Nama : Muhammad Dimas Maulana
Nim : 4217003
Jurusan : Perbankan Syariah

Yang bersangkutan telah benar-benar selesai melakukan penelitian pada BSI KCP Batang dengan judul penelitian "Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KCP BATANG



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Batang

Hari Purwanto
Branch Manager

Lampiran 16

14 Juni 2023
No: 03/485 -3/9063

Kepada:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan
Jl. Pahlawan KM 5, Rowolaku Kajen
Kab. Pekalongan

U.p.: Yth. Dr. Hj Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H

Perihal: **SURAT KETERANGAN PINDAH LOKASI OPERASIONAL BANK**

Assalamu'alaikum Wr Wb

Semoga Bapak/Ibu senantiasa berada dalam keadaan sehat wal'afiat dan dalam perlindungan Allah SWT.

Sehubungan dengan berpindahnya lokasi bank pada tanggal 08 Agustus 2022 dari BSI KC Pekalongan Yagis alamat Jl. Bandung No. 60 Kel. Sugihwaras Kec. Pekalongan Timur ke BSI KCP Batang alamat Jl. Ahmad Yani No 6-7 Kel. Kauman Kec. Batang, maka dengan ini kami menerangkan sebenar benarnya bahwa :

Nama : Muhammad Dimas Maulana
Nim : 4217003
Jurusan : Perbankan Syariah

Yang bersangkutan telah mengubah judul penelitian dari "Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Pekalongan Yagis" menjadi "Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Batang"

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk
KCP BATANG


BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Batang

Hari Purwanto
Branch Manager

 **BANK SYARIAH
INDONESIA**

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Batang
JL A Yani No 6-7
Kauman, Batang
T: +62 285 421 282
F: +62 285 421 272
www.bankbsi.co.id

Lampiran 17

DOKUMENTASI

Dokumentasi Lokasi Penelitian



Dokumentasi Hari Terakhir Penelitian

