
**PENGARUH TEKNOLOGI KEUANGAN DAN KUALITAS LAYANAN DIGITAL
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
MASBAGIK**

Vina Yolanda¹, Riduan Mas'ud², Shofia Mauizotun Hasanah³

FEBI Universitas Islam Negeri Mataram

Email: vinayolanda18@gmail.com¹, riduanmasud@uinmataram.ac.id²,

shofia.mauizotun@uinmataram.ac.id³

Abstrak

This study aims to determine the effect of financial technology and digital service quality at Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik on customer satisfaction either partially or simultaneously. And what is used in this study is primary data obtained directly from the answers of 100 respondents who are customers of Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik who use digital service facilities such as BSI Mobile, BSI Internet Banking, BSI SMS Banking, and ATM. The analytical method used is multiple linear regression analysis method. The results show that (1) the significance level of the financial technology variable (X1) is 0.097, which is smaller than $\alpha = 0.1$. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the financial technology variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction. (2) the level of significance of the digital service quality variable (X2) is 0.006 which is smaller than $\alpha = 0.1$. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the digital service quality variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction. (3) the acquisition of the Fcount value of 8.789 with a Sig value of 0.000. Which hereby indicates that the value of Fcount is greater than the value of Ftable and the value of Sig is less than 0.1. It can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. This shows that financial technology and digital service quality together have a significant influence on customer satisfaction. (4) the value of R² (R Square) is 0.625 or 62.5%. These results show that the influence of financial technology and digital service quality on customer satisfaction is 62.5%. So it can be concluded that the independent variable used in this model is able to explain the dependent variable of 62.5%. While the remaining 37.5% is influenced by other variables that are not included in this research model..

Kata Kunci: Financial Technology, Digital Service Quality, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya kebutuhan masyarakat karena pengaruh kemajuan teknologi menuntut dunia perbankan untuk dapat menghadirkan layanan yang cepat, mudah, dan dapat dikendalikan oleh nasabah secara langsung. Terkait hal tersebut, perbankan harus memiliki layanan digital *end to end*. Artinya, antara layanan di *customer service* dan *back office* berjalan cepat, dan sistem pengumpulan pembayaran dilakukan secara digital.

Saat ini, industri yang menarik dan sedang mengalami perkembangan adalah industri teknologi keuangan atau lebih dikenal dengan fintech. Di Indonesia sendiri, teknologi keuangan atau fintech ini mulai berkembang dari tahun 2006 dengan jumlah perusahaan pada awalnya hanya empat perusahaan saja dan berkembang menjadi 16 perusahaan di tahun 2007. Perkembangan yang signifikan terjadi pada tahun 2015 hingga tahun 2016 dimana jumlah perusahaan yang menjalankan model bisnis fintech ini sekitar 165 perusahaan (Aam, 2018). Contoh perusahaan fintech di Indonesia seperti PT. FinAccel Digital Indonesia, PT. Sens Teknologi Indonesia, PT. Fintech Bina Bangsa, PT. Kreasi Anak Indonesia, dan PT. Piranti Alphanet Perkasa.

Mengacu data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik mencapai Rp 47,19 triliun sepanjang 2018. Angka itu meningkat empat kali lipat dibandingkan nilai transaksi tahun sebelumnya Rp 12,37 triliun. Hasil survei terhadap 1.582 responden, 20% di antaranya memilih menggunakan layanan pembayaran digital dari perusahaan fintech dibanding milik bank, perusahaan telekomunikasi, atau *e-commerce*. Dari hasil survei tersebut, 90% responden mengaku sebagai pengguna dompet digital milik perusahaan *fintech*. Pengguna dompet digital milik bank (65%), provider telekomunikasi (39%), dan layanan digital milik *e-commerce* (35%).

Dengan adanya hal tersebut perusahaan perbankan haruslah dapat mengikuti perkembangan teknologi keuangan yang ada, seperti pembayaran secara online, transfer online sampai hadirnya sektor baru di industri perbankan dalam bentuk *e-commuting*, *fintech*, serta layanan perbankan berbasis internet yang jumlahnya semakin meningkat di Indonesia. Ini menyebabkan industri perbankan menjadi salah satu sektor bisnis yang dituntut untuk melakukan transformasi digital untuk tetap berhasil dalam persaingan yang ketat guna memenuhi perilaku konsumen yang sudah berubah ke arah digital. Perbankan Indonesia bahkan berisiko kehilangan 30% dari total nasabahnya apabila tidak memanfaatkan teknologi secara maksimal dengan segera.

Salah satu cara yang dikembangkan oleh perusahaan perbankan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah untuk memudahkan transaksi para nasabahnya adalah digitalisasi layanan pada bidang perbankan. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dapat dilihat dari seberapa banyak nilai yang diberikan kepada layanan perbankan tersebut. Keberadaan dari *e-banking* ini menunjukkan upaya peningkatas kualitas kepuasan konsumen. Jika perusahaan perbankan tidak ingin tergeser dari persaingan bisnis maka perusahaan perbankan harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para nasabahnya.

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nomor 12 /POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana pengertian digital banking adalah pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah, dengan memperhatikan aspek berbagai pengamanan (Achmad, 2021). Menurut Philip Kotler (2009:150) kualitas layanan dapat memberikan dampak kepada kepuasan konsumen. Pelayanan nasabah yang berkualitas merupakan salah satu cara menghadapi persaingan serta hal utama yang akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Asti Marlina dan Widhi Ariyono Bimo (2018:53) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif penggunaan Digital Banking di BTN Syariah dengan kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Munawir dengan hasil penelitian individu peroleh bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan *m-banking* pada Bank BCA cabang Banda Aceh baik dilihat dari variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan. Dan diperkuat dengan penelitian yang oleh Tombakan (98) dengan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan menyadari pentingnya rasa puas pada nasabah dapat mempercepat tercapainya tujuan perusahaan, Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia saat ini terus memperkuat ekuitas mereknya. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek Bank Syariah Indonesia (BSI), untuk dapat merebut pasar bank syariah terkemuka di Indonesia ini semakin gencar dalam meningkatkan pemasaran berbagai macam produk dan layanannya ke nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga menyadari bahwa dengan adanya nilai keunikan dari suatu produk dan layanan yang mereka tawarkan penting untuk membangun citra yang baik dalam benak nasabah. Bank Syariah Indonesia memiliki visi yakni menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu lima tahun. Mengingat nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang bank dan cenderung akan setia lebih lama pada bank.

Dengan adanya hal ini Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik ikut berperan dalam meningkatkan pelayanannya guna menciptakan kepuasan kepada para nasabahnya. Cara yang diterapkan yaitu dengan menggunakan layanan berbasis teknologi untuk mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi. Salah satunya adalah dengan adanya

fitur *e-banking* seperti *BSI Mobile*, *sms banking*, *internet banking*, ATM dan fitur-fitur teknologi keuangan lainnya. Dengan adanya layanan digital keuangan ini akan mempermudah nasabah untuk melakukan berbagai macam transaksi dengan cepat dan efisien. Nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah hanya perlu membuka smartphone atau pergi ke ATM terdekat untuk dapat melakukan transaksi keuangan. Hal ini tentu sangat berguna bagi nasabah karena dengan adanya layanan keuangan digital ini transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun yang mereka inginkan. Berdasarkan hal tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: Apakah teknologi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik?; Apakah kualitas layanan digital berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik?; Apakah teknologi keuangan dan kualitas layanan digital berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik baik secara parsial maupun secara simultan.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan survey merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Karena dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dimana informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dari satu populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah setiap nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Masbagik.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Infinite Population*, pemilihan jenis populasi ini dikarenakan jumlah keseluruhan populasi dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya secara pasti. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa *Purposive sampling*. Menurut Fuad Mas'ud (2004:15) *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan data dengan penimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para pengguna layanan digital, nasabah yang berkunjung lebih dari lima kali.

Untuk mengukur sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :

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

Di mana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf Kesalahan (error) sebesar 0.10 (10%)

maka diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{1239}{(1 + (1239 \times (0,10)^2))}$$

$$n = \frac{1239}{(1 + 12,39)}$$

$$n = \frac{1239}{13,39}$$

$$n = 92,53$$

Dari perhitungan tersebut didapatkan hasil 92,53. Sehingga dapat ditentukan bahwa jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden yang sudah memenuhi kriteria yang dicari oleh peneliti yaitu para pengguna layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik.

Penelitian ini dilakukan terhitung sejak tanggal 17 Maret – 8 April 2022. Tempat penelitian adalah BSI KCP Masbagik yang terletak di JL. Masbagik KM 15 Bagikbontong (Bengkel las budi suci), Desa Paokmotong, Kecamatan Masbagik, Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas (X), diantaranya (x_1) yaitu teknologi keuangan, (x_2) yaitu kualitas layanan digital (x_3) yaitu teknologi keuangan dan kualitas layanan digital. Yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (y).

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan alat bantu SPSS dan *Microsoft Excel* 2010. Dalam pemberian skor kuesioner peneliti menggunakan skala Likert. Selain kuesioner alat bantu lain yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program *SPSS*. Adapun bentuk pengujiannya sebagai berikut:

Persamaan regresi yang diinterpretasikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

α = Koefisien Regresi

X_1 = Teknologi Keuangan

X_2 = Kualitas Layanan Digital

e = Faktor lain yang tidak diteliti

Adapun hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya terlebih dahulu. dugaan jawaban ini adalah kebenaran yang sifatnya hanya sementara dan akan diuji kebenarannya dengan data yang sudah dikumpulkan melalui penelitian. Berdasarkan masalah dan tujuan yang sudah dijelaskan sebelumnya maka hipotesis yang dapat dikemukakan yaitu “Terdapat pengaruh teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah” Hipotesis yang didapat dari tujuan dan rumusan masalah yang sudah ada adalah sebagai berikut :

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi keuangan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik.

Ha1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi keuangan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik.

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik.

Ha2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik.

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik.

Ha3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Masbagik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah disebar kepada kurang lebih 100 responden dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik yang terbagi berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan. Maka berdasarkan dari hasil pengolahan kuesioner dapat diperoleh data sebagai berikut:

1) Jenis Layanan

Tabel 1. Jenis Layanan Digital

No.	Layanan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	ATM	88	82,6%
2	BSI <i>Mobile</i>	46	43,3%
3	<i>Sms Banking</i>	32	30,1%
4	BSI <i>Internet Banking</i>	20	18,7%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan dari hasil pengolahan di atas, dapat disimpulkan bahwa nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik yang menggunakan ATM lebih mendominasi dengan hasil persentase sebanyak 82,6%. Kemudian disusul oleh nasabah pengguna layanan BSI *Mobile* sebanyak 43,3%, nasabah pengguna layanan *sms banking* sebanyak 30,1%, dan nasabah pengguna layanan BSI *internet banking* sebanyak 18,7%.

2) Jenis Kelamin

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	62	62%
2	Laki-laki	38	38%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data berdasarkan jenis kelamin tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik yang terlibat sebagai responden, dapat dilihat bahwa pengguna teknologi keuangan dan layanan digital didominasi oleh nasabah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 62 orang atau sebesar 62% dari total 100 responden. Sedangkan untuk nasabah laki-laki berjumlah 38 orang atau sebesar 38% dari total 100 responden.

3) Usia

Table 3. Tingkat Usia Responden

No.	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	18-25	54	54%
2	26-35	25	25%
3	36-45	14	14%
4	46-60	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari hasil pengolahan data berdasarkan tingkat usia di atas, dapat disimpulkan bahwa pengguna teknologi keuangan dan layanan digital pada Bank Syariah Indonesia didominasi oleh nasabah atau responden dengan rentan usia 18-25 tahun dengan jumlah 54 orang atau sebesar 54%. Sedangkan nasabah atau responden dengan rentan usia 46-60 tahun terlihat paling sedikit menggunakan layanan digital dengan jumlah hanya 7 orang atau sekitar 7% dari total 100 responden.

4) Tingkat Pendidikan

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

No.	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD/MI	3	3%
2	SMP/MT's	5	5%
3	SMA/MA/SMK	78	78%
4	D3	4	4%
5	S1/S2/S3	10	10%
6	Tidak Sekolah	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari hasil pengolahan data di atas, dapat dilihat bahwa pengguna teknologi keuangan dan layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik

didominasi oleh nasabah atau koresponden dengan pendidikan terakhir setara SMA/MA/SMK dengan jumlah sebanyak 78 orang atau sebesar 78%, kemudian SI/S2/S3 sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, SMP/MTs sebanyak 5 orang atau sebesar 5%, SD/MI sebanyak 3 orang atau sebesar 3% dan nasabah atau koresponden yang tidak bersekolah sebesar 0% dari total 100 responden.

5) Pekerjaan

Table 5. Jenis Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	TNI/POLRI	1	1%
2	PNS	5	5%
3	Wirawasta	64	64%
4	Petani	2	2%
5	Pelajar/Mahasiswa	12	12%
6	Lainnya	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa pengguna teknologi keuangan dan layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik didominasi oleh nasabah atau responden dengan jenis pekerjaan sebagai wiraswasta yaitu dengan jumlah 64 orang atau sebesar 64%, kemudian jenis pekerjaan lainnya sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, pelajar/mahasiswa sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, PNS sebanyak 5 orang atau sebesar 5%, petani sebanyak 2 orang atau sebesar 2%, dan TNI/POLRI sebanyak 1 orang atau sebesar 1% dari total 100 responden.

b. Uji Kualitas Instrumen

1) Uji Validitas

Untuk menguji butir-butir pertanyaan dalam kuesioner maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dengan memberikan 21 butir pertanyaan kepada 100 orang responden yang berasal dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik sebagai pengguna atau pernah menggunakan layanan digital dan teknologi keuangan dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 90% ($\alpha = 0,1$) dan r table dengan nilai signifikansi sebesar 10%. Maka butir-butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid

apabila nilai rhitung lebih besar dari rtabel. Berikut hasil dari uji validitas dari masing-masing variable:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas X1

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,654	0,165	Valid
2	0,485	0,165	Valid
3	0,391	0,165	Valid
4	0,294	0,165	Valid
5	0,497	0,165	Valid

Sumber: Olahan Data Melalui *SPSS*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator pertanyaan 1 sampai 5 pada variabel teknologi keuangan (X1) nilai signifikansinya $> 0,05$ dan rhitung $>$ rtabel. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel X1 adalah valid karena mampu mengungkapkan kepuasan nasabah (Y).

Table 7. Hasil Uji Validitas X2

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,438	0,165	Valid
2	0,450	0,165	Valid
3	0,418	0,165	Valid
4	0,496	0,165	Valid
5	0,427	0,165	Valid
6	0,412	0,165	Valid
7	0,446	0,165	Valid

Sumber: Olahan Data Melalui *SPSS*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator pertanyaan 1 sampai 7 pada variabel teknologi keuangan (X1) nilai signifikansinya $> 0,05$ dan rhitung $>$ rtabel. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel X2 adalah valid karena mampu mengungkapkan kepuasan nasabah (Y).

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Y

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,446	0,165	Valid
2	0,306	0,165	Valid
3	0,430	0,165	Valid
4	0,345	0,165	Valid
5	0,311	0,165	Valid
6	0,503	0,165	Valid
7	0,517	0,165	Valid
8	0,203	0,165	Valid
9	0,328	0,165	Valid

Sumber: Olahan Data Melalui *SPSS*

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat dilihat bahwa seluruh indikator pertanyaan 1 sampai 9 pada variabel teknologi keuangan (X1) nilai signifikansinya > 0,05 dan r hitung > rtabel. Maka dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel Y adalah valid karena mampu mengungkapkan kepuasan nasabah.

2) Uji Reliabilitas

Setiap variable dapat dikatakan Cronbah's Alpha-nya apabila memiliki nilai > 0,60 yang artinya bahwa instrument tersebut dapat digunakan sebagai alat pengumpul data yang handal yaitu dengan hasil pengukuran relative koefisien jika akan dilakukan pengukuran ulang. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk melihat konsistensi (Ghozali, 2011: 48).

Table 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Keterangan
Teknologi keuangan (X1)	0,139	4	Reliabel
Kualitas layanan digital (X2)	0,305	7	Reliabel
Kepuasan nasabah (Y)	0,266	9	Reliabel

Sumber: Olahan Data Melalui *SPSS*

Berdasarkan hasil pengujian data di atas dapat dilihat bahwa variable teknologi keuangan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,139 > 0,60$. Kemudian kualitas layanan digital (X2) memiliki nilai sebesar $0,305 > 0,60$ dan kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai $0,266 >$ dari $0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam model penelitian ini konsisten dan reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah data penelitian yang akan diuji berasal dari populasi yang normal atau tidak. Seperti pada uji biasa, jika tingkat signifikan data $< 0,1$ maka terdapat perbedaan yang signifikan. Sebaliknya, jika tingkat signifikan data $> 0,1$ maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan (Ghozali, 2011:161-162).

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53037815
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.042
	Negative	.039
Test Statistic		-.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.042
		.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.

Sumber: Olahan Data Melalui SPSS

Berdasarkan nilai di atas terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen teknologi keuangan (X1) dan kualitas layanan digital (X2) serta variabel dependen kepuasan nasabah (Y) berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas

dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non multikolinearitas) dan sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011: 106).

Table 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	21.282	3.759		5.662	.000		
Teknologi	.292	.174	.172	1.676	.097	.833	1.201
Kualitas	.321	.114	.289	2.821	.006	.833	1.201

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Olahan Data Melalui *SPSS*

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variable teknologi keuangan (x1) dan kualitas layanan digital (x2) memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi kolinearitas yang tinggi antara variable bebas dalam persamaan regresi yang diperoleh.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika tingkat signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika tingkat signifikansinya < 0,05 maka terjadi heteroskeasisitas (Sumodiningrat, 2001).

Table 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.730	2.329		2.890	.005
Teknologi	.701	.166	.403	4.218	.028
Kualitas	.530	.115	.439	4.603	.023

Sumber: Olahan Data Melalui SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat dilihat bahwa nilai Sig variabel teknologi keuangan (X1) sebesar $0,28 > 0,05$ yang artinya pada variabel (X1) tidak terjadi heteroskedastisitas. Begitupun dengan nilai Sig variabel kualitas layanan digital (X2) sebesar $0,023 > 0,05$ yang artinya pada variabel (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Pembahasan

1) Pengaruh Teknologi Keuangan (X₁) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara Parsial

Menurut Mochammad Masrikhan (2018) Istilah teknologi keuangan merupakan sebutan untuk inovasi di bidang jasa keuangan yang berasal dari dua kata yaitu *financial* dan *technology*. Istilah *financial technology* mengacu pada perkembangan teknologi modern dalam bidang perbankan.

Dengan adanya teknologi keuangan ini dapat mempermudah konsumen dalam bertransaksi menggunakan berbagai produk keuangan berbasis teknologi digital. Banyak konsumen tertarik untuk menggunakan teknologi keuangan ini dikarenakan jangkauan dan variasi pelayanan yang diberikan, kemudian dari efektifitas dan efisiensinya saat digunakan.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah teknologi keuangan (X₁) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Teknologi keuangan dianggap memiliki peranan yang cukup penting dalam dunia industri keuangan perbankan. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya teknologi-teknologi keuangan yang bermunculan di Indonesia yang menyebabkan industri perbankan menjadi salah satu sektor bisnis yang dituntut untuk melakukan transformasi digital untuk tetap berhasil dalam persaingan yang ketat guna memenuhi kebutuhan konsumen yang sudah berubah ke arah digital.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variable teknologi keuangan (X₁) sebesar 0,097 lebih kecil dari $\alpha = 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya variable teknologi keuangan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien regresi variable teknologi keuangan (x₁) sebesar 0,292; artinya apabila variable x₁ ditingkatkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah terhadap penggunaan teknologi keuangan mengalami kenaikan sebesar 0,292. Maka koefisien bernilai positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara teknologi keuangan

terhadap kepuasan nasabah. Semakin naik nilai variable x_1 , maka akan semakin naik juga tingkat kepuasan nasabah.

Selain itu dari penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa kemudahan penggunaan teknologi keuangan yang disediakan memberikan manfaat terhadap konsumen selaku pengguna teknologi keuangan seperti biaya yang dikeluarkan lebih sedikit, serta dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Dan hal ini dapat memenuhi harapan konsumen dan berdampak terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Wicaksono (2013) bahwa kepuasan nasabah dapat tercipta apabila memenuhi lima indikator, seperti:

- a. Kemudahan pengguna
- b. Tingkat kegunaan
- c. Efisiensi biaya
- d. Tingkat keamanan
- e. Penggunaan secara mandiri

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizal Munawir dengan hasil penelitian individu peroleh bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap penggunaan *m-banking* pada Bank BCA cabang Banda Aceh baik dilihat dari variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud adalah memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari perolehan nilai rata-rata dari tanggapan responden untuk semua variabel adalah diatas 3,500. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinan (R^2) bernilai 92,2 persen menunjukkan bahwa variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah menggunakan *m-banking* pada Bank BCA Cabang Banda Aceh sebesar 92,2 persen dan sisanya 7,8 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini.

Teknologi keuangan terbukti menunjukkan hubungan yang positif, yang artinya semakin baik teknologi keuangan yang ditawarkan dan disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik maka akan semakin meningkat pula kepuasan nasabah. Begitupun sebaliknya semakin buruk teknologi keuangan yang ditawarkan dan disediakan maka akan semakin turun pula tingkat kepuasan nasabah yang didapat.

Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik telah memberikan produk teknologi keuangan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat mewujudkan

kepuasan pada diri konsumen sebagai pemakai layanan. Hal ini dapat dilihat dari tercapainya harapan yang diinginkan oleh konsumen, bersedia merekomendasikan produk keuangan Bank Syariah Indonesia KCP Masbaik, serta banyak konsumen yang datang kembali untuk menggunakan produk teknologi keuangan yang ada.

2) Pengaruh Kualitas Layanan Digital (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara Parsial

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan setelah jasa tersebut diberikan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang harus diperhatikan dengan serius oleh perusahaan, dengan melibatkan seluruh sumber daya perusahaan yang ada. Kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi masyarakat sebagai konsumen yang bertindak sebagai penerima layanan. Konsumenlah yang dapat merasakan pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan atau justru sebaliknya.

Menurut Roger A Kerin (2013:277) kualitas merupakan suatu keuntungan atau aktivitas yang tidak berwujud yang disediakan oleh perusahaan kepada konsumen ketika konsumen mengeluarkan uang dengan maksud untuk memberikan rasa puas terhadap kebutuhan konsumennya. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas layanan digital (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variable kualitas layanan digital (X_2) sebesar 0,006 lebih kecil dari $\alpha = 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variable kualitas layanan digital (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien regresi kualitas layanan digital (x_2) sebesar 0,321; artinya apabila variable x_2 ditingkatkan 1 satuan, maka kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan digital mengalami kenaikan sebesar 0,321. Maka koefisien bernilai positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah. Semakin naik nilai variable x_2 , maka akan semakin naik juga tingkat kepuasan nasabah.

Dari penelitian ini juga didapatkan hasil bahwa keefisienan layanan yang diberikan, kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, pemenuhan janji kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal, keamanan yang dirasakan oleh konsumen, kesigapan dalam memberikan

pelayanan, serta kemudahan konsumen dalam menyampaikan keluhannya yang direspon dengan cepat oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik telah mampu memenuhi harapan konsumen sehingga dapat menimbulkan rasa puas dalam diri konsumen.

Ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Parasuramen (2005:213-233) bahwa ada enam indikator yang dapat memenuhi kepuasan nasabah, diantaranya:

- a. Efisiensi
- b. Keandalan
- c. Pemenuhan
- d. Keamanan
- e. Daya tanggap
- f. Contac

Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulfikri dan Ahmad (2018:60) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara variable kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BTN Syariah KC Surabaya, yang diketahui t hitung sebesar $6,256 > 1,987$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variable kepuasan nasabah.

Berdasarkan jawaban dari kuesioner penilaian yang sudah disebar kepada 100 orang responden, yang dalam hal ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik. Kualitas layanan digital mendapatkan hasil pengaruh yang positif yang artinya semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik maka akan semakin meningkat pula kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Sebaliknya, semakin buruk kualitas layanan yang diberikan oleh bank maka akan semakin menurun pula tingkat kepuasan yang akan dirasakan oleh nasabah.

Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat mewujudkan kepuasan pada diri konsumen sebagai pemakai layanan.

3) Pengaruh Teknologi Keuangan (X_1) dan Kualitas Layanan Digital (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah secara Simultan

Teknologi keuangan merupakan perkembangan baru dalam bidang keuangan yang perkembangannya cukup pesat pada era digital seperti sekarang ini. Teknologi keuangan menjadi kebutuhan yang cukup penting bagi masyarakat karena keefisiensannya yang dapat digunakan kapan saja dan bisa digunakan hanya melalui gadget. Namun hadirnya teknologi keuangan haruslah diimbangi dengan kualitas layanan yang diberikan, teknologi keuangan yang canggih namun tidak memiliki kualitas layanan yang baik tentu akan merusak citra dari teknologi keuangan itu sendiri. Apabila teknologi keuangan yang canggih diimbangi dengan kualitas layanan yang baik, tentunya akan menimbulkan kenyamanan dan kepuasan pada konsumen yang menjadi pemakai teknologi keuangan dan penerima layanan.

Table 13. Hasil Uji Regresi Berganda

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	114.871	2	57.436	8.789	.000 ^b
Residual	633.879	97	6.535		
Total	748.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Teknologi

Sumber: Olahan Data Melalui SPSS

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah teknologi keuangan (X_1) dan kualitas layanan digital (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan hasil table di atas dapat diketahui bahwa teknologi keuangan dan kualitas layanan digital secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil perolehan nilai F_{hitung} sebesar 8,789 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Yang dengan ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} dan nilai Sig lebih kecil dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa teknologi keuangan dan kualitas layanan digital secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Konstanta (α) sebesar 21,282; artinya apabila variable teknologi keuangan (x_1) dan variable kualitas layanan digital (x_2) tidak ada atau nilainya sebesar 0, maka tingkat kepuasan nasabah terhadap teknologi keuangan dan kualitas layanan digital Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik adalah sebesar 21,282.

Dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat bahwa nilai R^2 ($R Square$) sebesar 0,625 atau 62,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah sebesar 62,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 62,5%. Sedangkan sisanya 37,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunda Zakiya (2021:64) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama (simultan) variable teknologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Banda Aceh yang dilihat dari tingkat signifikansi X_1 , X_2 , X_3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $154,160 > 2,71$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik telah menyediakan teknologi keuangan dan memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat mewujudkan kepuasan pada diri konsumen sebagai pengguna teknologi keuangan dan penerima layanan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat disimpulkan bahwa upaya yang sudah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik dalam meningkatkan kualitas pelayanannya kepada nasabah melalui transformasi - transformasi digital yang diberikan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah melalui teknologi keuangan (X_1) yang disediakan dan kualitas layanan digital (X_2) diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Adapun hasil dari uji parsial menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variable teknologi keuangan (X_1) sebesar 0,097 lebih kecil dari $\alpha = 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variable teknologi keuangan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian, hasil dari uji parsial juga menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variable kualitas layanan digital (X_2) sebesar 0,006 lebih kecil dari $\alpha = 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variable kualitas layanan digital (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Untuk uji simultan sendiri juga menunjukkan perolehan nilai F_{hitung} sebesar 8,789 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Yang dengan ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} dan nilai Sig lebih kecil dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa teknologi keuangan dan kualitas layanan digital secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi juga didapatkan nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,625 atau 62,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah sebesar 62,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 62,5%. Sedangkan sisanya 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. REFERENSI

- Asti Marlina 2018, “Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun, Bogor,.
- Ghozali, Imam, Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013, Edisi ke 5
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2 Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Mochammad Masrikan, “Optimalisasi Potensi Wakaf di Era Digital Melalui Platform Online Wakafin. Com dengan Konsep Crowdfunding sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., Malhotra 2005, “ES-QUAL: A multipleitem scale for assessing electronic service quality”, *Journal of Service Research*, vol. 7.
- Rizal Munawir, “Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, Vol. 1, Nomor 2, pada jurnal ISSN: 2549-6204.
- Roger A. Kerin, Lau Geok Theng 2013, *Marketing in Asia*’ 2nd edition, McGraw Hill Companies.
- Sumodiningrat Gunawan, *Ekonomitrika*, Jakarta, 2001
- Tombokan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Taplus BNI Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 3, Nomor 3.
- Yunda Zakiya 2021, “Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banda Aceh”, *Skripsi*, FEBI UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.

Vina Yolanda, Riduan Mas'ud & Shofia Mauizotun Hasanah

Zulfikri dan Ahmad 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada BTN Syariah KC Surabaya", *Skripsi*, Surabaya.