

PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF-SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH DI YOGYAKARTA

Windu Baskoro¹, Matra Aditya Putra Mokoginta²

STEI Yogyakarta

e-mail: 8baskoro@gmail.com¹, mapmcasn@gmail.com²

Abstrak – Industri perbankan syariah selain dituntut untuk menerapkan teknologi digital, namun juga harus mampu menangkap berbagai peluang dengan lebih memahami perilaku konsumen yang semakin mengarah ke ranah digital yang dimana hal itu dapat memudahkan serta praktis bagi konsumen untuk kebutuhan transaksinya. Mahasiswa milenial yang saat ini sudah melek teknologi menjadikannya sebagai gaya konsumsi karena layanannya lebih praktis dan juga didukung oleh fakta dimana kampus di Indonesia telah menggunakan layanan perbankan digital untuk transaksi keuangannya. Sehingga tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh digitalisasi layanan perbankan syariah terhadap kepuasan mahasiswa di Yogyakarta. Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Responden penelitian ini adalah para mahasiswa yang memakai layanan self service technology (ATM, m-banking, dan i-banking) dengan menyebarkan kuesioner G-doc ke 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode yang digunakan adalah purposive sampling dengan skala likert. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan untuk membantu penelitian adalah software IBM SPSS Ver. 22.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Layanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah, mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah, dan internet banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Secara simultan ATM, m-banking, dan i-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah.

Kata Kunci: Kepuasan Mahasiswa, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Internet Banking.

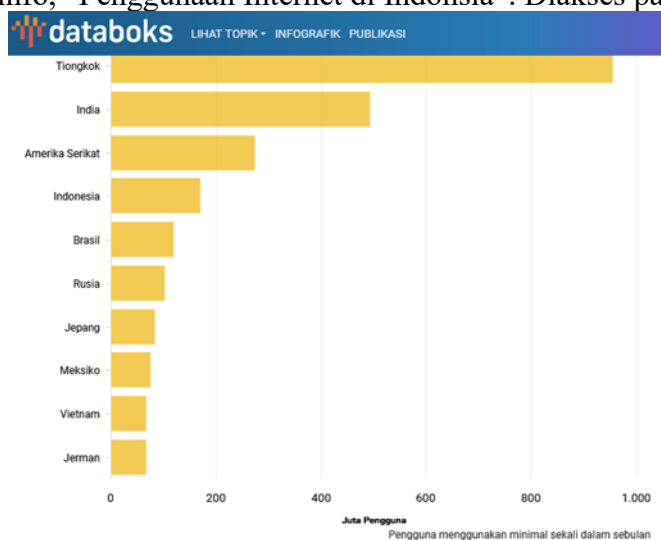
Abstract – The Islamic banking industry is not only required to implement digital technology but also needs to seize various opportunities by better understanding consumer behavior, which is increasingly shifting toward digital platforms. This shift makes transactions easier and more practical for consumers. Millennial students, who are now technologically savvy, adopt this consumption style because the services are more convenient, and this is further supported by the fact that universities in Indonesia have integrated digital banking services for their financial transactions. Thus, the aim of this research is to determine the extent to which the digitalization of Islamic banking services affects student satisfaction in Yogyakarta. This research adopts a quantitative approach. The respondents of this study are students who use self-service technology (ATM, mobile banking, and internet banking) by distributing G-doc questionnaires to 100 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling method and a Likert scale. The analysis tool used to assist the research is IBM SPSS software version 22.0. The results of this study show that ATM services have a significant partial influence on the satisfaction of students who use digital Islamic banking services, mobile banking has a significant effect on student satisfaction, and internet banking also has a significant effect on student satisfaction. Simultaneously, ATM, mobile banking, and internet banking have a significant influence on the satisfaction of students using digital Islamic banking services.

Keywords: Student Satisfaction, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Internet

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia telah memasuki era digitalisasi dimana teknologi menjadi salah satu sarana yang dapat memaksimalkan kinerja suatu perusahaan atau badan tertentu khususnya perbankan. Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap proses bisnis dalam industri perbankan. Sektor perbankan merupakan sektor industri yang sangat besar pemanfaatannya dalam menggunakan teknologi informasi yang memudahkan kegiatan operasional dan pelayanan terhadap nasabah dan masyarakat luas.

Mengingat tingginya penggunaan mobile device dan komputer sebagai media transaksi keuangan maka peran teknologi informasi menjadi aspek yang sangat penting. Hal itu juga didukung dengan semakin banyaknya pengguna jaringan internet di Indonesia yang diikuti perluasan pembangunan infrastruktur jaringan internet. (Katadata Media Network. “Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak Indonesia Urutan Berapa”. Diakses pada Januari 11, 2023). Di Indonesia, pengguna internet mencapai 150 juta jiwa dengan penetrasi 56% yang tersebar diseluruh wilayah. Jumlah tersebut hanya selisih sedikit dengan jumlah pengguna internet mobile yang berjumlah 142,8 juta jiwa dengan persentase penetrasi sebesar 53%. (Kominfo, “Penggunaan Internet di Indonesia”. Diakses pada Januari 11, 2023).



Gambar 1: Diagram Negara Pengguna Smartphone Terbanyak (2019)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Perkembangan teknologi informasi ini juga harus di adaptasi oleh industri perbankan. Saat ini dunia perbankan sedang berlomba-lomba mengembangkan produk-produk layanan berbasis teknologi. Layanan perbankan yang memiliki sentuhan digitalisasi seperti Automatic Teller Machine (ATM), internet banking, dan mobile banking, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran, sampai dengan produk digital dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan perbankan yang bertujuan kepada kemudahan para nasabahnya. Pengguna Bank Syariah Indonesia mobile (BSI-mobile) sendiri memiliki jumlah pengguna aktif mencapai 4,07 juta pengguna, atau tumbuh 81% dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2021. Selain itu, BSI-mobile juga telah memproses 251 juta transaksi per Juni 2022, meningkat sekitar 209% secara tahunan. (detikNews, “Layanan Super App, Tren Layanan Digital Masa Kini”. Diakses pada Januari 11, 2023). Automatic

Teller Machine (ATM), internet banking, mobile banking dalam perkembangannya dikenal sebagai Self-Service Technology (SST) di sektor perbankan.

Perkembangan teknologi banyak memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah khususnya mahasiswa. Tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan golongan yang banyak menggunakan jasa perbankan. Hal ini didukung oleh fakta bahwa banyaknya mahasiswa yang merantau ke berbagai daerah untuk berkuliah. Fakta ini menunjukkan bahwa perbankan telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan mahasiswa. Saat ini sudah banyak kampus di Indonesia yang bekerja sama dengan pihak bank dalam pengelolaan transaksi keuangan tak terkecuali kampus-kampus di Yogyakarta, seperti pembayaran spp, dan transaksi lainnya. Adanya Self-Service Technology (SST), Mahasiswa tidak perlu datang langsung ke bank yang bersangkutan untuk mengantri dan menghabiskan banyak waktu di bank. Hanya cukup dengan melalui mobile device (handphone, tab, dll) atau PC sudah bisa melakukan transaksi tersebut. Dalam akses jarak jauh, tentu setiap nasabah membutuhkan rasa percaya. Namun kenyataannya masih banyak mahasiswa yang enggan untuk menggunakan layanan tersebut untuk kebutuhan pribadi dengan alasan merasa takut akan mengalami masalah atau kegagalan. Penelitian terdahulu Ramadhanti dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah” didapatkan kesimpulan adanya pengaruh secara parsial maupun simultan daripada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu Mahasiswa.

Perkembangan bertahap yang terjadi di dunia perbankan bermula dari adanya Automatic Teller Machine (ATM). ATM pertama kali digunakan di Indonesia pada 1986 oleh Hong Kong Bank dan Bank Niaga. Saat itu, ATM hanya bisa melayani transaksi di satu bank dan menggunakan giro dengan jumlah transaksi yang terbatas. Nasabah dibantu oleh petugas yang menerangkan tentang penggunaan kartu ATM selama masa pengenalan dilakukan. (Kompas.com, “Sejarah ATM Pertama di Indonesia, Sejak Kapan Digunakan?“. Diakses pada Januari 11, 2023). Pada saat itu sebagian masyarakat masih lebih nyaman untuk tetap melakukan transaksi langsung ke bank dengan dilayani Customer Service bank untuk transaksi pembayaran. Orang tua penulis juga merasakan hal tersebut, karena memiliki ketakutan akan kegagalan dalam bertransaksi dengan menggunakan metode yang baru. Orang tua penulis butuh beberapa waktu kemudian baru mulai mengetahui dan nyaman untuk menggunakan ATM. Hal itu juga berlaku ketika layanan internet banking dan mobile banking muncul.

Ketiga layanan digital yaitu, Automatic TellerMachine (ATM), Internet banking, dan Mobile Banking, dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital yang dilakukan secara mandiri yang disediakan perbankan untuk mempermudah transaksi sehari-hari. Menurut Kotler (2003), kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk. Jika kinerja memenuhi harapan nasabah puas, jika berada dibawah garis harapan nasabah tidak puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka nasabah amat puas/senang. Mayoritas perusahaan memfokuskan untuk mendapatkan kepuasan tinggi untuk nasabahnya karena banyak nasabah cenderung berubah pikiran jika mendapat tawaran yang lebih baik. Nasabah yang amat puas/senang lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap sesuatu, bukan karena

kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya ada kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Transformasi dunia perbankan untuk beradaptasi terus dilakukan untuk memasuki era digital. Mulai dari layanan transaksi pembayaran hingga pengajuan pembukaan rekening baru melalui aplikasi. Riset dari Mc.Kinsey and Co mengatakan, pertumbuhan pengguna perbankan digital di Indonesia melesat selama 3 tahun terakhir (2017-2019). Pesatnya perbankan digital dalam negeri disebabkan oleh pengguna smartphone di Indonesia yang mencapai 124 juta orang. (Daily Social, "McKinsey: Penetrasi Keuangan Digital Melesat 58%, Sementara Fintech Baru 5%". Diakses pada Januari 11, 2023).

Berdasarkan hal terkait, mahasiswa milenial yang saat ini sudah melek teknologi menjadikannya sebagai gaya konsumsi seperti dalam menggunakan layanan perbankan. Oleh karenanya, layanan perbankan saat ini pun berlomba-lomba dalam menerapkan teknologi untuk pelayanan kepada nasabah. Perbankan terus melakukan upaya memberi kemudahan dan pengalaman terbaik kepada nasabahnya. Tak terkecuali bank syariah yang merupakan pendongkrak ekonomi umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam teknologi SST (Self-service Technology) diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan masyarakat sehingga mempermudah nasabah dalam transaksi sehari-hari tanpa perlu datang ke bank.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikuantitatifkan. Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer yang diperoleh dengan metode pengumpulan data terstruktur, yaitu pengumpulan data melalui penyampaian kuisioner formal yang menyajikan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu (Malhotra dan Dash, 2009). Kuisioner yang digunakan menggunakan skala Likert dengan pernyataan sikap responden terhadap fasilitas Self-service Technology (SST). Setiap butir pertanyaan dalam kuisioner tersebut dilengkapi beberapa alternatif jawaban dengan skor numerik, yaitu angka 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan angka 5 (sangat setuju). Variabel yang diteliti adalah variabel independen (X) dari penelitian ini adalah Self Service dan dalam kasus ini diambil 3 variabel self service, yaitu: ATM (X1), Internet Banking (X2), dan Mobile Banking (X3) dan dependennya (Y) adalah kepuasan mahasiswa. Dimana Kepuasan Mahasiswa diartikan apakah mahasiswa akan terus menggunakan layanan self service technology (ATM, i-banking, m-banking) secara berulang, bersedia merekomendasikan layanan self service technology tersebut ke orang lain, dan merasa senang menggunakan layanan self service technology. Untuk indikator variabel ATM, yaitu: kemudahan penggunaan, kecepatan akses dan terjangkau, proses login yang cepat, praktis, hemat waktu, kecepatan transaksi, kerahasiaan saat transaksi dilakukan, dapat digunakan 24 jam, keamanan transaksi, dan ketersediaan fitur QnA atau call center apabila terdapat masalah saat menggunakan layanan. Untuk Internet Banking indikator yang digunakan adalah: kemudahan penggunaan, kecepatan akses dan terjangkau, proses login yang cepat, praktis, hemat waktu, kecepatan transaksi, kerahasiaan saat transaksi dilakukan, dapat digunakan 24 jam, keamanan transaksi, dan ketersediaan fitur QnA atau call center apabila terdapat masalah saat menggunakan layanan. Untuk M-Banking indikator yang digunakan yaitu: kemudahan penggunaan, kecepatan akses dan terjangkau, proses login yang cepat, praktis, hemat waktu, kecepatan transaksi, kerahasiaan saat transaksi dilakukan, dapat digunakan 24 jam, keamanan transaksi, dan ketersediaan fitur QnA atau call center apabila terdapat masalah saat menggunakan layanan.

Untuk Populasi yang diambil dalam keperluan penelitian akan mengambil mahasiswa di Yogyakarta yang sedang menggunakan dan yang telah menggunakan layanan digital bank syariah. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik non-probability sampling artinya bahwa tidak semua anggota populasi memiliki peluang untuk menjadi sampel (Cooper dan Schindler, 2008). Metode non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel yang disesuaikan dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, yaitu Mahasiswa yang ada di Yogyakarta dan Mahasiswa yang pernah menggunakan minimal satu layanan Self-Service Technology di Bank Syariah (ATM, M-banking, dan I-Banking)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penyebaran kuesioner penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah self service yang terdiri dari Automatic Teller Machine/ATM, Internet Banking, dan Mobile Banking sebagai variabel independen (X) mempengaruhi kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Kuesioner g-doc yang disebar ada sebanyak 100 sehingga diperoleh data dari variabel-variabel tersebut. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22. variabel dependen yang dipilih dapat memberikan kontribusi terhadap variabel independen. Hal tersebut sejalan dengan teori dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Tahap analisis data ini telah dilakukan beberapa teknik analisis data untuk memperoleh jawaban terkait dengan hipotesis yang sudah disusun oleh peneliti dan tentunya berkaitan dengan hasil dari penelitian ini. Dari hasil analisis diperoleh hasil yang akan diuraikan lebih lanjut dalam pembahasan penelitian ini.

1. Pengaruh variabel Automatic Teller Machine/ATM (X1) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel ATM memiliki nilai sig. $0,005 < 0,05$ artinya variabel ATM berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,850 > 1,66123$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga bisa disimpulkan koefisien dari ATM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan demikian maka kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan jika layanan ATM juga mengalami kenaikan sehingga dapat disimpulkan bahwa ATM/Automatic teller machine merupakan faktor yang tak terpisahkan dari kepuasan mahasiswa, karena tinggi dan rendahnya penggunaan ATM akan berpengaruh terhadap bertambah tidaknya kepuasan daripada mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Dengan demikian maka kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan jika layanan ATM juga mengalami kenaikan sehingga dapat disimpulkan bahwa ATM/Automatic teller machine merupakan faktor yang tak terpisahkan dari kepuasan mahasiswa, karena tinggi dan rendahnya penggunaan ATM akan berpengaruh terhadap bertambah tidaknya kepuasan daripada mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Untuk hasil dari tabulasi data jumlah terbanyak dari indikator untuk pernyataan variabel ATM adalah pernyataan 1 (mudah digunakan) dengan jumlah scorenya 442, dan yang terendah adalah pernyataan 5 (dapat menghemat waktu) dengan jumlah score 369.

2. Pengaruh variabel Internet Banking/I-Banking (X2) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel I-Banking memiliki nilai sig. $0,005 < 0,06$ artinya variabel I-Banking berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,815 > 1,66123$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga bisa disimpulkan koefisien dari I-Banking

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Ini juga menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang berbunyi “Terdapat pengaruh signifikan I-Banking terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah”, bisa diterima. Dengan demikian jika layanan Internet Banking mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan bertambah. Jadi, bisa ditarik kesimpulan bahwa Internet Banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan mahasiswa, karena tinggi rendahnya layanan Internet Banking akan berpengaruh terhadap bertambah tidaknya kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Untuk hasil dari tabulasi data jumlah terbanyak dari indikator untuk pernyataan variabel i-banking adalah pernyataan 1 (mudah digunakan) dengan jumlah scorenya 421, dan yang terendah adalah pernyataan 7 (menjaga kerahasiaan data saat transaksi dilakukan) dengan jumlah score 403.

3. Pengaruh Mobile Banking/M-Banking (X3) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel M-Banking memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya variabel M-Banking berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan thitung $>$ ttabel ($4,287 > 1,66123$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga bisa disimpulkan koefisien dari M-Banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Ini juga menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang berbunyi “Terdapat pengaruh signifikan M-Banking terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah”, bisa diterima. Dengan demikian jika layanan Mobile Banking mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan bertambah. Akhirnya bisa ditarik kesimpulan bahwa Mobile Banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan mahasiswa, dikarenakan tinggi rendahnya pelayanan mobile banking akan berpengaruh terhadap bertambah tidaknya kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Untuk hasil dari tabulasi data jumlah terbanyak dari indikator untuk pernyataan variabel m-banking adalah pernyataan 1 (mudah digunakan) dengan jumlah scorenya 475, dan yang terendah adalah pernyataan 10 (Menyediakan fitur tanya jawab atau call center apabila terdapat masalah saat menggunakan layanan.) dengan jumlah score 446 dan diikuti pernyataan 8 (dapat digunakan 24 jam) dengan jumlah score 448.

4. Pengaruh ATM (X1), Internet Banking (X2) dan M-Banking (X3) secara simultan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Dari tabel hasil uji F tertulis nilai Fhitung = 26,419 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Nilai Fhitung ($26,419 >$ Ftabel ($2,70$)) dan nilai sig. ($0,000$) lebih kecil dari $0,05$ maka H_a diterima. Hal ini berarti ATM, i-Banking, dan M-banking secara Bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Hal ini membuat hipotesa ke-4 yang berbunyi “Automatic Teller Machine/ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah” dapat diterima.

Dengan demikian bisa ditarik kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa jika semua Bank Syariah telah mampu membantu dan memudahkan nasabah (mahasiswa) untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan layanan digital yaitu ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking sehingga membuat mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah merasa puas dengan layanan yang tersedia.

5. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Ghozali (2016), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (ATM, I-Banking, dan M-

Banking) terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa). Di dalam tabel hasil dari uji koefisien determinasi, di dapatkan angka Adjusted R Square 0,440 artinya seluruh variabel independen (ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking) dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa) sebesar 44%. Untuk sisa 56 % ($100\% - 44\% = 56\%$) lainnya dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel-variabel lainnya di luar dari model penelitian.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan antara lain, 1) ATM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, ditunjukkan dengan Variabel ATM memiliki nilai sig. $0,005 < 0,05$ artinya variabel ATM berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan thitung $>$ ttabel ($2,850 > 1,66123$), 2) I-Banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, ditunjukkan Variabel I-Banking memiliki nilai sig. $0,005 < 0,06$ artinya variabel I-Banking berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan thitung $>$ ttabel ($2,815 > 1,66123$), 3) M-Banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, ditunjukkan Variabel M-Banking memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ artinya variabel M-Banking berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan thitung $>$ ttabel ($4,287 > 1,66123$), 4) berarti ATM, i-Banking, dan M-banking secara Bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, ditunjukkan dari tabel hasil uji F tertulis nilai Fhitung = 26,419 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Nilai Fhitung($26,419$) $>$ Ftabel($2,70$) dan nilai sig. ($0,000$) lebih kecil dari 0,05, 5) ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking dalam penelitian ini mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa) sebesar 44%. Untuk sisa 56 % lainnya dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel-variabel lainnya di luar dari model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Midtrans. (2022, 16 Juli). Apa Itu Internet Banking? Simak Penjelasan Lengkapnya di Sini. Midtrans. <https://midtrans.com/id/blog/apa-itu-internet-banking>
- Anonim. (2017). Wikipedia, ensiklopedia bebas (Laman ini kali terakhir disunting pada 05:32, 8 Oktober 2017). Diakses pada januari 11, 2023. <https://ms.wikipedia.org/wiki/Kepuasan>
- Anonim. (Tanpa Tahun). Pengertian Internet Banking. Diakses pada januari 11, 2023 <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-internet-banking>
- Cambridge Online Dictionary. (2023). Cambridge University Press. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/satisfaction>
- Daryanto, Setyabudi. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima, Yogyakarta : Gava Media, 2014, hlm: 52
- Desanuari, Ludtriani (2022), Pengaruh self service technology terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemi covid-19 pada model bisnis restoran (jurnal ilmiah multi disiplin, vol 1. No. 4 juli 2022) hal. 269. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/198/249>
- Dzulfaroh, Hardiyanto. (2021, 19 Desember). Sejarah ATM Pertama di Indoonesia, sejak Kapan Mulai Digunakan?. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/19/162800565/sejarah-atm-pertama-di-indonesia-sejak-kapan-mulai-digunakan-?page=all>
- Erika Salsanabila Ali. (2021). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Produk Perbankan Pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Kartini Makassar.

- https://www.academia.edu/50576167/STRATEGI_MENINGKATKAN_KUALITAS_PELAYANAN_MELALUI_DIGITALISASI_PRODUK_PERBANKAN_PADA_PT_BANK_MANDIRI_PERSERO_Tbk_KANTOR_CABANG_KARTINI_MAKASSAR?f_ri=241175
- Eviliyanto. (2014) Jurnal Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan di Kota Surakarta. (Jurnal Edukasi Vol.1 No.1, IKIP PGRI, 2014). <https://journal.ikipgripta.ac.id/index.php/edukasi/article/view/190>
- Fikry, Aryo. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap kepuasan Nasabah Bank Bukopin Kantor Pusat MT. Haryono, Jakarta. (Skripsi Mahasiswa IPB). <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/80424?show=full>
- Grace, Novander. (2017). Analisis Pengaruh Automatic Teller. Machine dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. (JESIK STMIK Bina Mulia, Vol. 3 No. 1 Januari-Juni 2017, hlm 39-50). <https://jesik.web.id/index.php/jesik/article/view/59/41>
- Hartawan. (2017). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang). (I-Economic Vol.3. No. 2. Desember 2017, hlm 149-166). <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ieconomics/article/view/1457/1361>
- Kotler, Philip. (2003). Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Laksana, Fajar. (2008) Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Yogyakarta: Graha Ilmu 2008. Hlm 97
- Markonah. (2019). Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta. (Jurnal Manajemen dan Bisnis Quilibrium Point, Vol. 2, No. 2. 2019. Hlm 25-34). <https://www.journal.stimaimmi.ac.id/index.php/EBP/article/view/389/354>
- Marlina, Bimo (2018), Pengaruh Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Layanan dan Kepuasan Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor. (Jurnal Ilmiah Inovator, Edisi Maret 2018). <https://ejournal.uikabogor.ac.id/index.php/INOVATOR/article/download/1458/1062>
- Marlindo. (2022, Desember 25). Layanan Super App, Tren Layanan Digital Bank Syariah Masa Kini. Detiknews. Diakses pada januari 11, 2023. <https://news.detik.com/kolom/d-6480053/layanan-super-app-tren-layanan-digital-bank-syariah-masa-kini>
- Marsya Nabila. (2019, 12 Februari). Penetrasi Keuangan Digital Melesat 58%, sementara Fintech baru 5%. DailySocial.id. <https://dailysocial.id/post/survei-keuangan-digital-mckinsey>
- Mundir dan Hayati (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. (Jurnal Ekonomi Universitas Yudharta Pasuruan, Vol. 12 No. 2). <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/malia/article/view/2668>
- OJK. (2018). POJK Penyelenggaraan Layanan Digital Oleh Bank Umum. PDF <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK%2012-2018.pdf>
- OJK. (2020). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan (Short Version), PDF. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan/CETAK%20BIRU%20TRANSFORMASI%20DIGITAL%20PERBANKAN%20\(SHORT%20VERSION\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Documents/Pages/Cetak-Biru-Transformasi-Digital-Perbankan/CETAK%20BIRU%20TRANSFORMASI%20DIGITAL%20PERBANKAN%20(SHORT%20VERSION).pdf)
- Pusparisa. (2021, Juli 1). Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?. Databoks. Diakses pada januari 11, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Ramadhan, Priyono. (2022). Artikel hasil penelitian 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen M-Banking BCA untuk Terus Menggunakan Layanan M-Banking BCA' (Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen UII, 2022, hlm 269). <https://journal.uii.ac.id/selma/article/view/25637/14205>

- Ramadhanti, Noor Shodiq, M. Cholid (2022). Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self-service Technology Terhadap kepuasan Mahasiswa UNISMA Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA). (Skripsi Sarjana, UNISMA). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/download/17988/13646>
- SA Dharmawan (2018). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self-service Technology Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas. (Skripsi Sarjana, UNEJ). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9217>
- Saputri. (2017). Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking pada PT. BRI Syariah Cabang Tanjung Karang, (Skripsi Sarjana UIN Raden Intan, 2017). <http://repository.radenintan.ac.id/2636/>
- Shiftindonesia. (2017, 17 April). Digitalisasi Perusahaan Perlukah?. Diakses pada januari 11, 2023. <http://shiftindonesia.com/digitalisasi-perusahaan-perluakah/>
- Sikapiuangmu.ojk.go.id. Yuk! Ketahui Perkembangan Layanan Perbankan Di Era Serba Digital. Diakses pada januari 11, 2023. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20660>
- Somadi, Aravik, Choirunnisak. (2021). Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah BSI KC Palembang Simpang Patal. (Jurnal Ekonomi Islam dan Perbankan Syariah FAI UNMUHA, Vol 1, No. 2, November 2021). <https://ejournal.unmuha.ac.id/index.php/ekispersya/article/view/1126/0>
- Tjiptono Fandy. (2001). Strategi pemasaran. Edisi ke 1. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Diana. (2019). Kepuasan Pelanggan: Konsep Pengukuran, & Strategi, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tofan Kirmoro Putra. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Yogyakarta. (Skripsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). <http://digilib.uin-suka.ac.id/21579/>
- Wicaksono, Kumadji, Mawardi. (2015). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah. Malang: (Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25 No. 2, Agustus 2015, 1-10). <https://media.neliti.com/media/publications/86168-ID-pengaruh-self-service-technology-terhada.pdf>