



Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh

**Zaida Rizqi Zainul^{1*}, Ayumiati², Yunda Zakia³
UIN Ar – Raniry^{1,3}, Unsyiah²,
zaida_rizqi@unsyiah.ac.id**

Abstract

This study aims to determine what factors influence information technology, service quality, and religious motives on customer satisfaction at PT BSM Banda Aceh. In this study the number of samples studied was 91 customers, the determination of which was done using Probability Random Sampling. The research method used is quantitative with data collection techniques using a questionnaire as an instrument for collecting data. Data analyzed uses validity and reliability to evaluate the questionnaire. The results of the study indicate that information technology, service quality, and religious motives jointly influence customer satisfaction. This can be seen by looking at the acquisition of F test results, where Sig is $0,000 < 0.05$ and F count is $138.615 >$ from F table 2.71. So that H_0 is rejected and H_a is accepted, it can be concluded that simultaneously (simultaneously) information technology variables, service quality, and religious motives have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Information Technology, Service Quality, Religious Motives*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Banda Aceh. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diteliti sebanyak 91 orang nasabah, yang penentuannya dilakukan dengan menggunakan *Probability Random Sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan metode kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan data. Data di analisis menggunakan validitas dan reliabilitas untuk mengevaluasi kuesioner. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat pemerolehan dari hasil uji F, dimana Sig sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $138,615 >$ dari *F table* 2,71. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : *Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Motif Religius*

PENDAHULUAN

Perbankan memiliki peranan penting dalam kegiatan perekonomian dalam sebuah negara diantaranya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat. Sebelum adanya perkembangan teknologi digital, untuk setiap transaksi masyarakat akan datang ke bank

untuk mengantri dan selanjutnya mengisi beberapa blangko. Hal tersebut tentunya tidak efisien. Oleh sebab itu perbankan mulai melakukan perubahan dengan menerapkan teknologi transaksi secara online.

Dewasa ini perkembangan dan perubahan teknologi informasi telah mencapai tingkatan yang sangat pesat tak terkecuali pada perbankan. Internet sendiri sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat. Akibatnya, perubahan teknologi yang begitu cepat berimbas juga kepada perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai masyarakat sekalipun dipelosok pedesaan. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi tersebut adalah masyarakat dapat memilih produk yang disesuaikan dengan membandingkan antara produk yang sejenis dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Dengan adanya kemajuan teknologi, perbankan mulai menggunakan jaringan internet untuk mempermudah transaksi dengan nasabah. Institusi perbankan dan keuangan telah harus melakukan pengembangan produk berbasis teknologi informasi tersebut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah.

Kualitas pelayanan jasa bank bukan hanya ditentukan oleh pihak bank saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh nasabah, karena nasabah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Kualitas pelayanan yang efektif pada nasabah akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas pelanggan akan terjadi. Apabila nasabah puas dan loyal, maka dengan sendirinya akan meningkatkan profitabilitas bagi bank. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan erat. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Demikian pula dengan bisnis perbankan, yang merupakan bisnis berdasarkan azas kepercayaan, masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu bank.

Selain kualitas pelayanan, motif religius juga penting bagi perbankan. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariah yang berhubungan dengan kegiatan muamalah (Handayani, 2018). Pada awal pertumbuhan perbankan syariah, motif religius seolah-olah menjadi faktor utama yang mendorong para nasabah untuk memilih bank syariah. Nuryanto (2012) menyimpulkan bahwa kepuasan terhadap kewajiban religius adalah faktor yang sangat signifikan dalam menyeleksi perbankan. Miasanam (2007), mengatakan ada tiga hal yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dilihat dari segi motif

religius yaitu, operasional bank yang telah menerapkan prinsip syariah, produk yang ditawarkan oleh bank bebas riba, dan pengelolaan bank dan karyawan bank memiliki moral baik dan islami.

Faktor teknologi, pelayanan nasabah dan motif religius menjadi penentu terhadap eksistensi dan perkembangan bank syariah. Transaksi menggunakan media elektronik akan mendominasi sistem keuangan, kebutuhan ini semakin bertambah sesuai dengan kegiatan perdagangan secara elektronik (Hartawan, 2017). Jumlah ini meningkat seiring adanya perubahan perilaku dan kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan aktivitas perbankan. Salah satu bank syariah yang memiliki perkembangan yang terus meningkat yaitu PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) terutama dalam sistem teknologinya dimana sejak tahun 2007 BSM sudah mulai menggunakan sistem teknologi berupa aplikasi e-banking. Berikut ini data pengguna e-banking tahun 2013-2017 di BSM

Tabel 1.
Jumlah Pengguna e-banking Tahun 2013-2017 di BSM

Tahun	Jumlah Nasabah (juta)	Peningkatan
2013	12 juta	8,47%
2014	12,2 juta	8,60%
2015	12,8 juta	3,08%
2016	50,4 juta	270%
2017	75 juta	295%

Sumber : OJK/BSM Tahun 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa pengguna e-banking BSM terus mengalami peningkatan dan melonjak pada tahun 2016 dan 2017. Ini menunjukkan bahwa nasabah menanggapi perkembangan teknologi dengan cepat melalui penggunaan e-banking yang dapat dipercaya dan memudahkan proses transaksi. BSM juga mengembangkan aplikasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. Untuk meningkatkan pelayanan nasabah di Aceh sesuai Qanun Aceh Nomor 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS), manager BSM area Aceh, Firmansyah (2019) menyatakan bahwa BSM telah menyiapkan aplikasi Mobile banking yang memiliki fitur arah qiblat, waktu shalat dan lokasi masjid terdekat. Hingga tahun 2019 ada 3 masjid di Banda Aceh yang bekerja sama menggunakan layanan QR Pay Mandiri Syariah. Layanan ini berfungsi untuk pembayaran infaq dan sedekah, wakaf dan lain sebagainya secara online. BSM yang bekerja sama dengan Pemerintah Kota Banda Aceh telah mengadakan pelatihan manajemen pengelolaan Masjid yang diikuti perwakilan pengurus Masjid se-Kota Banda Aceh dalam penggunaan layanan QR Pay tersebut.

Faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan nasabah adalah dari kualitas pelayanan sehingga apabila bank tidak memperhatikan aspek-aspek layanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya nasabah ke bank lain yang dianggap lebih dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah

dalam bertransaksi. Hal tersebut tentu saja akan merugikan pihak bank yang bersangkutan. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima. Dalam industri perbankan keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi seperti ATM, mobile banking, internet banking serta layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas (Harahap, 2017:17). Berdasarkan fenomena diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi serta kualitas pelayanan pada bank syariah dan motif religius terhadap kepuasan nasabah di BSM di Banda Aceh.

KAJIAN LITERATUR

Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler,2003:36). Indikator yang digunakan adalah: 1) karyawan menyampaikan tentang produk secara baik dan benar sehingga mudah di mengerti nasabah, 2) Kemampuan BSM yang cepat dalam menangani masalah nasabah, 3) BSM cepat dalam penanganan keluhan nasabah, 4) BSM bersikap simpatik dalam mendengarkan permasalahan nasabah, 5) Karyawan BSM ramah dan sopan dalam melayani nasabah teknologi informasi, kualitas layanan, motif religious.

Teknologi informasi

Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik (Lucas,2000). Indikator yang digunakan adalah: 1) Sistem teknologi informasi (e-banking, ATM, internet banking, mobile banking, dll) BSM mudah digunakan dalam proses transaksi, 2) Sistem teknologi informasi BSM mudah dipelajari, 3) Sistem teknologi informasi BSM mudah dipahami, 4) Sistem teknologi informasi BSM dapat menjaga informasi dan kepentingan nasabah, 5) Saya percaya dengan informasi disediakan sistem teknologi informasi BSM memenuhi kebutuhan saya, 6) Sistem teknologi informasi BSM aman dalam transaksi online, 7) Gangguan jaringan sistem teknologi informasi BSM sangat rendah,

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah perilaku petugas bank dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan nasabah (Rianto,2010;209). Indikator yang digunakan adalah 1) Penampilan gedung BSM bagus dan nyaman, 2) Kemampuan sarana dan prasarana fisik BSM yang baik, 3) Lokasi BSM cukup

strategis dan mudah dijangkau, 4) Layanan yang diberikan oleh BSM sesuai dengan yang dijanjikan, 5) BSM memberikan informasi tentang produk kepada nasabah, 6) Cepat dan tepat dalam proses transaksi, serta bebas dari kekeliruan, 7) Dapat menjawab permasalahan nasabah 8) BSM memiliki kemudahan dalam proses prosedur dan persyaratannya, 8) BSM menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi

Motif religius

Motif religious adalah sikap seseorang terhadap agama secara umum yang menjadi faktor signifikan dalam menyeleksi perbankan (Nuryanto,2012). Indikator yang digunakan adalah 1) Produk yang ditawarkan oleh BSM sesuai dengan prinsip syariah dan halal (tidak riba, gharar dan maysir), 2) Operasional bank berprinsip sesuai dengan syariah, 3) Pengelola maupun karyawan BSM berperilaku Islami dalam kegiatan kesehariannya, 4) BSM beroperasi sesuai syariah, amanah, dan terpercaya, 5) Tersedia pelayanan infak, sadaqah pada BSM.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSM di Banda Aceh yang berjumlah 973 orang. Untuk menentukan ukuran sampel maka digunakan rumus slovin dengan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampelnya adalah 10% yaitu 0,1 sehingga diperoleh sampel sebanyak 90,68 atau 91 orang. Teknik penarikan sampel adalah dengan purposive sampling dengan kriteria nasabah yang menggunakan teknologi informasi (*e-money, internet banking, mobile banking, sms banking, ATM, dll*).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan nasabah BSM di Banda Aceh. Kuesioner disebar dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner yang disusun terdiri dari beberapa pertanyaan dengan menggunakan skala *likert*. Selanjutnya penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa studi dokumentasi, buku-buku, arsip dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data tersebut bisa diperoleh dari beberapa *website* yang berhubungan dengan penelitian dan *website* BSM.

Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel dependent yang digunakan adalah kepuasan nasabah sedangkan variabel independen yang digunakan adalah: teknologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius.

Metode Analisis

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Pengujiannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1TI + b_2KP + b_3MR + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

b_{1,2,3}=koefisien regresi

TI = teknologi informasi

KP = kualitas pelayanan

MR = motif religius

e = error

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada seluruh nasabah yang menggunakan teknologi informasi (*e-money, internet banking, mobile banking, sms banking, ATM, dll*) di BSM Banda Aceh, dengan jumlah responden sebanyak 91 orang. Berikut ini adalah data karakteristik responden:

Tabel 2.
Karakteristik Responden

No.	Keterangan	Uraian	Jumlah	Presentase
1.	Jenis kelamin	Laki-laki	44	48,4%
		Perempuan	47	51,6%
		Total	91	100%
2.	Usia	19-25 tahun	35	38,4%
		26-35 tahun	22	24,1%
		36-45 tahun	17	19%
		46-55 tahun	15	15,4%
		>55 tahun	2	2,2%
		Total	91	100%
3.	Pendidikan Terakhir	SMA	28	30,7%
		Diplomat	12	13,1%
		S1	44	48,3%
		S2	7	7,7%
		Total	91	100%
4.	Pekerjaan	Mahasiswa	16	17,5%
		PNS	22	24,2%
		TNI/POLRI	2	2,2%
		Wirausaha	16	17,5%
		Pegawai Swasta	24	26,3%
		Lainnya	11	12%
5.	pendapatan per bulan	Total	91	100%
		<500 ribu	13	14,2%
		500 ribu - 1,5 juta	29	31,8%
		1,5 juta - 3 juta	37	40,7%
		3 juta - 5 juta	8	8,8%

Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh

>5 juta	4	4,4%
Total	91	100%

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan hasil tabel 2 diatas diketahui presentase jumlah responden laki-laki sebesar 48,4%, dan jumlah responden perempuan sebesar 51,6%. Ditinjau dari usia presentase terbesar adalah yang berumur 19 – 25 tahun yaitu 39,5%. Proporsi responden terkecil adalah responden yang berusia lebih dari 55 tahun yaitu 2,2%.

Berdasarkan pendidikan terakhir persentase terbesar adalah nasabah yang berpendidikan S1 yaitu 48,3%. Sedangkan yang paling sedikit yaitu yang berpendidikan S2 yaitu 7,7%. Selanjutnya juga ditinjau dari pekerjaan, presentase terbesar adalah pegawai swasta sebanyak 26,3% dan persentase terkecil adalah yang bekerja sebagai TNI/POLRI sebanyak 2,2%. Kemudian yang terakhir ditinjau dari pendapatan per bulan persentase terbesar adalah responden yang berpendapatan 1,5 juta - 3 juta yang berjumlah 40,7%. Sedangkan persentase responden terkecil adalah responden yang berpendapatan lebih dari 5 juta yang berjumlah 4,4%.

Uji Validitas

Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0,05. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2007:137). Nilai r_{tabel} untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikan 5% ($p=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena $N=91$, maka derajat bebasnya adalah $N-2= 91-2=89$. Nilai r_{tabel} 2 arah pada $df=89$ dan $p=0,05$ adalah 0,207. Hasil uji validitas pada variabel teknologi informasi, kualitas pelayanan, motif religius, dan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Satuan
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,912	0,207	Valid
	2	0,923	0,207	Valid
	3	0,935	0,207	Valid
	4	0,895	0,207	Valid
	5	0,838	0,207	Valid
Teknologi Informasi (X1)	1	0,835	0,207	Valid
	2	0,871	0,207	Valid
	3	0,806	0,207	Valid
	4	0,872	0,207	Valid
	5	0,799	0,207	Valid
	6	0,810	0,207	Valid

	7	0,721	0,207	Valid
	1	0,721	0,207	Valid
	2	0,794	0,207	Valid
	3	0,769	0,207	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	4	0,885	0,207	Valid
	5	0,811	0,207	Valid
	6	0,875	0,207	Valid
	7	0,899	0,207	Valid
	8	0,870	0,207	Valid
	9	0,765	0,207	Valid
		1	0,868	0,207
Motif religious (X3)	2	0,908	0,207	Valid
	3	0,858	0,207	Valid
	4	0,854	0,207	Valid
	5	0,735	0,207	Valid

Sumber: Hasil olahan data melalui SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 3 di atas diketahui bahwa secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah, teknologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius adalah valid dikarenakan nilai $r_{hitung} >$ dibandingkan dengan nilai r_{table} yaitu sebesar 0,207.

Uji Reliabilitas

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{table} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Menurut Wiratna (2014:193), koefisien dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6. Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel teknologi informasi (X_1), kualitas pelayanan (X_2), motif religius (X_3), serta variabel kepuasan nasabah (Y) BSM di Banda Aceh berdasarkan output SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.
Uji Reliabilitas

	Cronbach,s Alpha	N of Items
X ₁	.915	7
	Cronbach,s Alpha	N of Items
X ₂	.935	9
	Cronbach,s Alpha	N of Items
X ₃	.900	5
	Cronbach,s Alpha	N of Items
Y	.941	5

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS (2019)

Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, Dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Di Banda Aceh

Dari hasil *output reliability statistitc* diatas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel X1, X2, X3 dan Y masing-masing sebesar 0,915 0,935, 0,900 dan 0,941. Semua variabel memiliki nilai *cronbach alpha* >0,06. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam penelitian adalah reliable.

Uji F

Pengujian simultan atau uji F bertujuan untukmengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan oleh variabel bebas teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius) terhadap variabel terikat kepuasan nasabah (Ghozali, 2013: 108). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus : $F_{table} = F_{(k:n-k)} = F_{(3 : 88)} = 2,71$

Tabel 6
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409.803	3	136.601	138.615	.000(a)
	Residual	85.736	87	.985		
	Total	495.538	90			

a Predictors: (Constant), motif religius, teknologi informasi, kualitas pelayanan

b Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS (2019)

Dari table 6 dapat dilihat bahwa apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikasi < (0,05 atau 5%), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa Tekhnologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas (independen) menjelaskan variabel terikat (dependen). Berikut paparan table R^2 .

Tabel 6
Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909(a)	.827	.821	.99271

a Predictors: (Constant), motif religius, teknologi informasi, kualitas pelayanan

b Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS

Dapat dilihat pada table 6 yang menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,827 atau 82,7%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (teknologi informasi, kualitas pelayanan, dan motif religius) mampu menjelaskan



variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 17,3% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Uji t

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah teknologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius. Sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. berikut ini adalah hasil uji t:

Tabel 5
Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.871	1.138		-.766	.446
	teknologi informasi	.258	.068	.316	3.777	.000
	kualitas pelayanan	.268	.053	.467	5.036	.000
	motif religius	.179	.102	.181	1.992	.002

a Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : Hasil olahan data melalui SPSS (2019)

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -0.871 + 0,258 X_1 + 0,268 X_2 + 0.179X_3+ e$$

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,000 <$ dari $0,05$ dan nilai t hitung $3.777 >$ dari $1,991$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. Hal ini didukung karena BSM memiliki beberapa kelebihan pada sistem teknologi informasi (mobile banking) yaitu adanya QR-pay, tabungan giro (KASA), belanja online, dan bisa untuk membayar keperluan lainnya yang sangat membantu dan memudahkan transaksi nasabah sehingga membuat nasabah merasa sangat puas. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartawan (2017) yang menyatakan bahwa internet banking berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y sebesar $0,000 <$ dari $0,05$ dan nilai t hitung $5.036 >$ dari $1,991$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. BSM memberikan

pelayanan yang bagus kepada nasabah, dan salah satunya yaitu cepat dalam menangani masalah nasabah. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulfikri dan Ahmad (2018) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan yang pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BTN Syariah KC Surabaya.

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y sebesar $0.002 < \text{dari } 0,05$ dan nilai t hitung $1,992 > \text{dari } 1,991$, sehingga dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti motif religius berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Banda Aceh. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mursyid dan Suhartono (2014) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif antara variabel motif religius terhadap kepuasan nasabah. Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah adalah motif religius berupa implementasi syariah dalam operasional dan produk yang ditawarkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa teknologi informasi, kualitas pelayanan dan motif religius berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan. Dari hasil analisis data dan kesimpulan yang tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan dengan Bagi BSM di Banda Aceh agar dapat melanjutkan dan mengembangkan teknologi informasi pada setiap produk perbankan syariah yang ditawarkan dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Menyediakan aplikasi dari produk perbankan yang mudah dipahami oleh setiap kalangan. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, Pihak BSM juga sebaiknya memberikan sosialisasi kepada nasabah tentang penggunaan transaksi online dan digital yang disediakan sehingga semua nasabah dapat menikmati keunggulan fasilitas online dan digital yang disediakan BSM di Banda Aceh. Selanjutnya juga menumbuhkan sikap percaya pada nasabah dengan tetap menjaga keamanan transaksi walaupun dilakukan secara online. Bank juga dapat memberikan nuansa islami dalam kantor cabang seperti dengan memasang pengingat azan yang berbunyi saat waktu shalat dan menghentikan aktivitas operasional sejenak saat waktu shalat. BSM juga sebaiknya memberikan tawaran produk syariah yang lebih beragam sesuai kebutuhan. Hal ini dilakukan agar BSM dapat unggul dan tidak kalah bersaing dengan bank syariah lainnya maupun bank konvensional. BSM dapat menerapkan akad untuk menciptakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansori. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, 7(1)
- Basyaib, Fahmi. (2007). *Manajemen Risiko. Cetakan 1*. Jakarta: PT Gramedia.

- Buchory, Saladin. (2006). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.
- Bonshooff, Gary Armstrong. (2004). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Bungin Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Cushing, E., Barry, B., Marshall. (1984). *Accounting information systems and business organizations*. Addison Wesley.
- Ghozali Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gerson F. (2004). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. PPM: Jakarta.
- Handayani, Darwini, Agustini, & Imanuella. (2018). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2.
- Harahap Berlian. (2017). *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSM Cabang Medan Aksara*, 17.
- Hardanto, Sulad Sri. (2006). *Manajemen Risiko Bagi Bank Umum: Kisi-Kisi Ujian Sertifikasi Manajemen Risiko Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hartawan Dedi. (2017). Pengaruh Internet Banking Terhadap Nasabah. *I-Economic*, Vol.3, No. 2.
- Hendryadi, Suryani. (2013). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi, Cetakan ke-4. Jakarta: Kencana.
- Lovelock Christopher. (1994). *Product Plus*. New York : Prentice Hall.
- Lucas. (2000). *Information Technology for Management*. McGrawHill.
- Madona Fitri. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BSM Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, 14.
- Magill Gerard. (1993). *Religious Morality in John Henry Newman: Hermeneutics of the Imagination*. Springer.
- McDougall, Levesque. (2000), "Customer Satisfaction with service : putting perceived value into the equation " *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, No.5. p.392 -410
- Miasanam. (2007). Bunga Bank, Bagi Hasil dan Religiusitas: Suatu Investigasi Loyalitas Nasabah Terhadap Bank Syariah, *Kajian dan Manajemen Bisnis*. 9 (1): 69-86.
- Mursid, Suhartono. (2014). Faktor Determinan Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah. *JDM*. Vol. 5, No. 1, 48-63.
- Nasution, Fahmi Natigor. (2004). *Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect)*. Usu: Digital Library.
- Nuryatno. (2012). Kualitas Layanan dan Positive Word of Mouth. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 3, No. 2, 148-154.
- Khotler Philip. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indonesia.
- Khotler Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Rianto Nur. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta.

- Sugiyono.(2014).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumodiningrat Gunawan. (2001). *Ekonomitrika*. Jakarta.
- Supriyadi Edy. (2014). *SPSS + Amos*. Jakarta : In Media.
- Suryabrata Sumadi. (2004). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso. (2005). *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT ElexMedia Komputindo.
- Widiyanto, Mikha agus. (2013). *Statistika Terapan; Konsep & Aplikasi SPSS Dalam Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi & Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Zeithmal, Valerie A., dkk. (1996). "Behavioral Consequences of Service Quality." *Journal of Marketing*, 60 (April). pp. 31-46.

<https://www.syariahmandiri.co.id/>

<https://kbbi.web.id/>

<https://www.syariahmandiri.co.id/news-update/edukasi-syariah/islamic-knowledge>

Halaman ini sengaja dikosongkan