

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)¹

1) Sejarah Singkat BSI

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah

¹ Bank Syariah Indonesia, di Akses pada 11 Januari 2022,
<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

2) Visi dan Misi BSI

a. Visi

Menciptakan Bank Syariah yang masuk kedalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Tabel 4.1
Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki – laki	14	14%
2.	Perempuan	86	86%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebagian besar responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 14 laki-laki dengan presentase 14% dan 86 responden perempuan dengan presentase 86%. Dengan demikian sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin perempuan yakni 86 responden atau 86%.

b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Responden Menurut Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	< 20 Tahun	0	0%
2.	20 – 30 Tahun	94	94%
3.	31 – 40 Tahun	6	6%
4.	41 – 50 Tahun	0	0%
5.	> 51 Tahun	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan karakteristik usia responden, data menunjukkan bahwa sebagian besar responden mayoritas pada usia 20-30 tahun yaitu sebanyak 94 responden dengan presentase 94% dan 31-40 yaitu sebanyak 6 responden atau 6%. Dengan demikian maka dapat dianalisa bahwa sebagian besar responden yang diteliti berusia 20-

30 Tahun dengan responden sebanyak 94 atau 6%.

- c. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan
Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Responden Menurut Pendidikan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	SD	0	0%
2.	SMP	2	2%
3.	SMA	93	93%
4.	S1	5	5%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan karakteristik pendidikan responden, data menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA memiliki jumlah tertinggi sebesar 93 responden atau 93%, sedangkan yang memiliki pendidikan terakhir SMP memiliki jumlah terendah yaitu sebesar 2 responden atau 2%, dan responden yang memiliki pendidikan terakhir SD sebesar 0 responden atau 0%.

- d. Karakteristik Responden Menurut Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.4
Responden Menurut Lama Menjadi Nasabah

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	< 1 Tahun	14	14%
2.	1 – 2 Tahun	86	86%
3.	3 – 4 Tahun	0	0%
4.	> 5 Tahun	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Data dprimer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan seberapa lama menjadi nasaabah BSI. Jumlah

responden paling banyak adalah nasabah yang sudah menggunakan BSI selama 1-2 Tahun.

3. Analisis Responden

a. Distribusi Frekuensi Item Variabel Self Service Technology (X1)

Dalam hal ini variabel *self service technology* mempunyai tujuh indikator yang digunakan untuk mengisi kuesioner ini. Adapun indikatornya adalah *functionality, enjoyment, security/privacy, design, convenience, customization, assurance*.

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Item Variabel Self Service Technology (X1)

Item	P	Jawaban Responden							
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Functionality	X1.1	42	42%	58	58%	0	0%	0	0%
	X1.2	45	45%	55	55%	0	0%	0	0%
Enjoyment	X1.3	48	48%	52	52%	0	0%	0	0%
Security/ Privacy	X1.4	48	48%	52	52%	0	0%	0	0%
Design	X1.5	48	48%	52	52%	0	0%	0	0%
Convenience	X1.6	50	50%	50	50%	0	0%	0	0%
Customization	X1.7	51	51%	49	49%	0	0%	0	0%
Assurance	X1.8	46	46%	54	54%	0	0%	0	0%

Sumber: *Output SPSS* diolah 2022

Berdasarkan data tabel 4.5 dapat dipahami bahwa:

- a. Butir pertanyaan 1 (Penggunaan perangkat *self service technology* dapat dioperasikan dengan mudah oleh nasabah) sebanyak 42 responden yang menjawab sangat setuju, 58 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat setuju.
- b. Butir pertanyaan 2 (Penggunaan perangkat *self service technology* dapat diselesaikan dalam waktu singkat) sebanyak 45 responden yang menjawab sangat setuju, 55 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Butir pertanyaan 3 (Senang menggunakan fasilitas *self service technology* dalam bertransaksi) sebanyak 48 responden yang menjawab sangat setuju, 52 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Butir pertanyaan 4 (Merasa aman dan nyaman menggunakan fasilitas *self service technology* dalam bertransaksi) sebanyak 48 responden yang menjawab sangat setuju, 52 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Butir pertanyaan 5 (Fasilitas *self service technology* memiliki tampilan yang menarik) sebanyak 48 responden yang menjawab sangat setuju, 52 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- f. Butir pertanyaan 6 (Fasilitas *self service technology* memberikan kemudahan dan kenyamanan) sebanyak 50 responden yang menjawab sangat setuju, 50 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- g. Butir pertanyaan 7 (Fasilitas *self service technology* sesuai dengan keinginan nasabah) sebanyak 51 responden yang menjawab sangat setuju, 49 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

- h. Butir pertanyaan 8 (Fasilitas *self service technology* memberikan rasa aman nasabah) sebanyak 46 responden yang menjawab sangat setuju, 54 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

b. Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Layanan (X2)

Dalam hal ini variabel kualitas layanan mempunyai lima indikator yang digunakan untuk mengisi kuesioner. Adapaun indikatornya adalah berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati.

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X2)

Item	P	Jawaban Responden							
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Berwujud	X2.1	41	41%	59	59%	0	0%	0	0%
	X2.2	42	42%	58	58%	0	0%	0	0%
Kehandalan	X2.3	42	42%	58	58%	0	0%	0	0%
	X2.4	49	49%	51	51%	0	0%	0	0%
Ketanggapan	X2.5	43	43%	57	57%	0	0%	0	0%
	X2.6	43	43%	57	57%	0	0%	0	0%
	X2.7	44	44%	56	56%	0	0%	0	0%
Jaminan dan	X2.8	49	49%	51	51%	0	0%	0	0%
Kepastian	X2.9	46	46%	54	54%	0	0%	0	0%

	X2.10	53	53%	47	47%	0	0%	0	0%
Empati	X2.11	50	50%	50	50%	0	0%	0	0%
	X2.12	45	45%	55	55%	0	0%	0	0%
	X2.13	36	36%	64	64%	0	0%	0	0%

Sumber: *Output SPSS* diolah 2022

Berdasarkan data tabel 4.6 dapat dipahami bahwa:

- a. Butir pertanyaan 1 (Karyawan memberikan pelayanan secara profesional) sebanyak 41 responden yang menjawab sangat setuju, 59 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Butir pertanyaan 2 (Karyawan menggunakan bahasa dan sikap yang sopan dalam melayani nasabah) sebanyak 42 responden yang menjawab sangat setuju, 58 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Butir pertanyaan 3 (Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan) sebanyak 42 responden yang menjawab sangat setuju, 58 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Butir pertanyaan 4 (Karyawan memberikan pelayanan secara cepat kepada nasabah) sebanyak 49 responden yang menjawab sangat setuju, 51 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Butir pertanyaan 5 (Karyawan memberikan pelayanan secara akurat/jelas) sebanyak 43 responden yang menjawab sangat setuju, 57 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- f. Butir pertanyaan 6 (Karyawan tanggap saat memenuhi kebutuhan nasabah) sebanyak 43 responden yang menjawab sangat setuju, 57 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

- g. Butir pertanyaan 7 (Karyawan sedia membantu nasabah saat mengalami kesulitan) sebanyak 44 responden yang menjawab sangat setuju, 56 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- h. Butir pertanyaan 8 (Karyawan mempunyai pengetahuan yang baik terhadap produk dan jenis layanan) sebanyak 49 responden yang menjawab sangat setuju, 51 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- i. Butir pertanyaan 9 (Karyawan teliti dalam melayani nasabah sehingga menumbuhkan kepercayaan nasabah untuk melakukan transaksi) sebanyak 46 responden yang menjawab sangat setuju, 54 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- j. Butir pertanyaan 10 (Karyawan selalu bersikap sopan saat melayani nasabah) sebanyak 53 responden yang menjawab sangat setuju, 47 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- k. Butir pertanyaan 11 (Karyawan sabar dalam memberikan pelayanan kepada nasabah) sebanyak 50 responden yang menjawab sangat setuju, 50 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- l. Butir pertanyaan 12 (Karyawan tanggap dan cekatan dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan tanpa harus dimintai bantuan) sebanyak 45 responden yang menjawab sangat setuju, 55 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- m. Butir pertanyaan 13 (Karyawan memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian) sebanyak 36 responden yang menjawab sangat setuju, 64 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

c. **Distribusi Frekuensi Item Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Dalam hal ini variabel kepuasan nasabah mempunyai tiga indikator yang digunakan dalam mengisi kuesioner. Adapun indikatornya adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Item	P	Jawaban Responden							
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
Kesesuaian Harapan	Y.1	48	48%	52	52%	0	0%	0	0%
	Y.2	50	50%	50	50%	0	0%	0	0%
	Y.3	47	47%	53	53%	0	0%	0	0%
Minat Berkunjung Kembali	Y.4	60	60%	40	40%	0	0%	0	0%
	Y.5	55	55%	45	45%	0	0%	0	0%
	Y.6	48	48%	52	52%	0	0%	0	0%
Kesediaan Merekomendasikan	Y.7	38	38%	62	62%	0	0%	0	0%
	Y.8	45	45%	55	55%	0	0%	0	0%

Sumber: *Output SPSS* diolah 2022

Berdasarkan data tabel 4.7 dapat dipahami bahwa:

- Butir pertanyaan 1 (Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan) sebanyak 48 responden yang menjawab sangat setuju, 52 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- Butir pertanyaan 2 (Pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan) sebanyak 50 responden yang menjawab

- sangat setuju, 50 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Butir pertanyaan 3 (Fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan) sebanyak 47 responden yang menjawab sangat setuju, 53 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
 - d. Butir pertanyaan 4 (Minat untuk berkunjung kembali karena kualitas layanan baik) sebanyak 60 responden yang menjawab sangat setuju, 40 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
 - e. Butir pertanyaan 5 (Minat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan memadai) sebanyak 55 responden yang menjawab sangat setuju, 45 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
 - f. Butir pertanyaan 6 (Minat untuk berkunjung kembali karena puas menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan) sebanyak 48 responden yang menjawab sangat setuju, 52 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
 - g. Butir pertanyaan 7 (Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena mudah dalam bertransaksi) sebanyak 38 responden yang menjawab sangat setuju, 62 menyatakan setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.
 - h. Butir pertanyaan 8 (Menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena layanan yang diberikan memuaskan) sebanyak 45 responden yang menjawab sangat setuju, 55 menyatakan

setuju, 0 menyatakan tidak setuju, dan 0 menyatakan sangat tidak setuju.

4. Analisis Data

Dari hasil masing-masing jawaban responden tentang *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.²

Dalam pengujian validitas dibantu dengan program SPSS 25 untuk menentukan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r _{hitung}	Keterangan
Self Service Technology (X1)	X1.1	0,792	Valid
	X1.2	0,846	Valid
	X1.3	0,685	Valid
	X1.4	0,790	Valid
	X1.5	0,810	Valid
	X1.6	0,813	Valid
	X1.7	0,736	Valid
	X1.8	0,835	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,774	Valid
	X2.2	0,737	Valid
	X2.3	0,606	Valid
	X2.4	0,780	Valid
	X2.5	0,679	Valid

² Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data S00PSS*, (Yogyakarta : MediaKom, 2010), 90.

	X2.6	0,723	Valid
	X2.7	0,753	Valid
	X2.8	0,662	Valid
	X2.9	0,992	Valid
	X2.10	0,730	Valid
	X2.11	0,658	Valid
	X2.12	0,720	Valid
	X2.13	0,696	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,856	Valid
	Y.2	0,810	Valid
	Y.3	0,711	Valid
	Y.4	0,788	Valid
	Y.5	0,825	Valid
	Y.6	0,772	Valid
	Y.7	0,817	Valid
	Y.8	0,710	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian validitas pada setiap variabel adalah sebagai berikut :

a. *Self Service Technology*

Pada variabel *Self Service Technology* terdiri dari 8 (delapan) item pernyataan, di mana hasil uji validitas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

b. *Kualitas Layanan*

Pada variable *Kualitas Layanan* terdiri dari 13 (tiga belas) item pernyataan, di mana hasil uji vaiditas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

c. *Kepuasan Nasabah*

Pada variabel *Kepuasan Nasabah* terdiri dari 8 (delapan) item pernyataan, di mana hasil uji vaiditas adalah *valid*, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

Jadi dapat disimpulkan karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,195) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan *valid*.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrumen suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) > 0.60 untuk menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis statistic SPSS 25.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
<i>Self Service Technology</i> (X1)	8 Item	0,913	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	13 Item	0,917	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	8 Item	0,912	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 (α > 0,60), yang artinya bahwa semua variabel X₁, X₂, dan Y dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4.10 Hasil Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

No.	Keterangan	Nilai
1.	Uji Normalitas	0,895

2.	Uji Multikolinearitas Nilai Tolerance Nilai VIF	0,921 1,086
3.	Uji Heteroskedastisitas Nilai Signifikansi (Sig) X ₁ Nilai Signifikansi (Sig) X ₂	0,063 0,064

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memberikan nilai residual yang memenuhi asumsi normalitas yaitu nilai sig > α (taraf signifikansi = 0,05). Berikut adalah uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov.

Berdasarkan hasil uji SPSS diketahui bahwa data semua variabel menunjukkan nilai sig > α (0,05) dilihat dari kolom Asymp. Sig. (2-tailed) dengan nilai 0,895 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data sampel berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang kuat antara variabel *independent*. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak interkorelasi antar variabel *independent* salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini adalah menggunakan metode tolerance dan VIF. Apabila nilai toleransi > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Berdasarkan hasil uji SPSS diketahui bahwa nilai tolerance adalah 0,921 > 0,10 sedangkan nilai

VIF dari tabel di atas adalah $1,086 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel *independent* dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas menunjukkan penyebaran variabel bebas. Penyebaran yang acak menunjukkan model regresi yang baik. Dengan kata lain homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan cara Glejser. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi Heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi Heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil SPSS diketahui bahwa nilai signifikan variabel Self Service Technology (X1) adalah 0,063 dan nilai signifikan variabel Kualitas Layanan (X2) adalah 0,064. Jadi dapat disimpulkan bahwa $0,063 > 0,05$ dan $0,064 > 0,05$, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

No	Keterangan	Nilai
1.	a (konstanta) Analisis koefisien determinasi X ₁ X ₂	 -2,882 0,431 0,411
2.	Nilai t X ₁ t X ₂	5,189(0,000) 7,739(0,000)
3.	Nilai F	59,444

4.	R square	0,551
	Adjusted R square	0,541
	Std. Error of the estimate	2,934

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauhmana pengaruh antara variabel independen yaitu *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan dengan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1=0,431$, $X_2=0,411$, dan konstanta sebesar sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

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

$$Y = -2,882 + 0,431 X_1 + 0,411 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X_1 = *Self Service Technology*

X_2 = Kualitas Layanan

a = Konstanta

e = Variabel independent lain di luar model regresi

- Nilai a sebesar -2,882 merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari kedua variabel independent faktor lain, maka variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu -2,882.
- Koefisien *Self Service Technology* 0,431 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan *Self Service Technology* sebesar 100% akan meningkatkan tingkat keputusan pembelian sebesar 43,1% jika variabel independent lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi Kualitas Layanan 0,411 menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan manajemen sumber daya manusia sebesar 100% akan meningkatkan perkembangan usaha sebesar 41,1% jika variabel independent lain dianggap konstan.

b. Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tabel distribusi t dicari derajat pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga t_{tabel} diperoleh $df = (100-2-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,660. Secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel berikut: apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

a. Pengaruh *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian statistik *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} 5,189 dengan nilai t_{tabel} 1.660 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,189 > 1,660$), maka *Self Service Technology* merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah”.

b. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian statistik Kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai t_{hitung} 7,739 dengan nilai t_{tabel} 1,660 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,739 > 1,660$), maka kualitas layanan merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah”.

c. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) Secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tabel distribusi F dicari derajat pada derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$. (n) adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga F tabel diperoleh df = $(100 - 2 - 1)$ dengan signifikan 5% adalah 3,089. Karena nilai F_{hitung} bernilai positif, maka kaidah pengambilan keputusannya adalah, dikatakan berpengaruh jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} .

Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 59,444. Dengan demikian F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($59,444 > 3,089$). Artinya terdapat pengaruh *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan nilai koefisien signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif karakteristik *self service technology* dan kualitas layanan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Kudus.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. R^2 yang digunakan adalah nilai *Adjusted R Square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R Square* merupakan indikator untuk mengetahui

pengaruh penambahan waktu sesuai variabel independen ke dalam persamaan.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka *Adjusted R Square* sebesar 0,541. Ini artinya 54,1% perubahan kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel *self service technology* dan kualitas layanan. Sisanya 45,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KC. Kudus A. Yani 1

Self Service Technology atau teknologi layanan secara mandiri dapat dianggap mempermudah pengguna dalam bertransaksi. Layanan perbankan digital dengan berbagai layanan yang ditawarkan memiliki banyak kelebihan, diantaranya yaitu nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung, hemat waktu dan biaya, dapat diakses dimana saja, mudah dan praktis, memberikan keamanan dan kenyamanan, mengurangi penggunaan kertas. Di masa pandemi covid-19 sendiri juga berpengaruh terhadap operasional perusahaan yang menurun, dalam hal ini *self service technology* mempunyai 7 dimensi yang dapat mempengaruhi ekspektasi konsumen.

Functionality, mempresentasikan karakteristik fungsional dari *self service technology* yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat, kemampuan perangkat *self service technology* dalam menanggapi perintah yang masuk ke sistem oleh pengguna, perangkat *self service technology* dapat dioperasikan dengan mudah dan hanya membutuhkan sedikit usaha, layanan pada perangkat *self service technology* dapat diselesaikan dalam waktu singkat. Item *functionality*, nilai modulusnya sebesar 42 responden yang menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap penggunaan perangkat *self service technology* dalam

bentuk website dapat dioperasikan dengan mudah dapat diselesaikan dalam waktu singkat oleh nasabah.

Enjoyment, kesenangan dan ketertarikan yang dirasakan pengguna saat dan setelah menggunakan perangkat *self service technology*. Item *enjoyment* sebesar 48 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden tertarik dan nyaman dalam bertransaksi dalam bentuk website.

Security/Privacy, mengacu pada kebebasan dari risiko atau keraguan yang dirasakan oleh pengguna serta memberikan rasa aman dan nyaman pada diri konsumen dalam pengoperasiannya. Item *security/privacy* nilai modulusnya sebesar 48 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap rasa aman dan nyaman menggunakan fasilitas *self service technology* dalam bentuk website dalam bertransaksi.

Design, menciptakan tampilan estetika yang baik, keindahan bentuk dan susunan perangkat *self service technology* menciptakan tampilan yang menarik bagi pengguna. Item *design* nilai modulusnya sebesar 48 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap fasilitas *self service technology* dalam bentuk website memiliki tampilan yang menarik nasabah

Assurance, menggambarkan dan mengutamakan kepercayaan karena reputasi dan kemampuan perangkat *self service technology*, asuransi dapat menciptakan rasa aman bagi konsumen, dimensi ini penting dalam industri jasa karena memiliki pertaruhan yang tinggi. Item *assurance* nilai modulusnya sebesar 46 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap fasilitas *self service technology* dalam bentuk website memberikan rasa aman nasabah.

Convenience, menggambarkan aksesibilitas layanan *self service technology* dan memiliki kemudahan menggunakan layanan *self service technology*. Item *convenience* nilai modulusnya sebesar 50 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa

responden “setuju” terhadap fasilitas *self service technology* dalam bentuk website memberikan kemudahan dan kenyamanan nasabah.

Customization, perangkat *self service technology* dapat diubah agar sesuai dengan preferensi dan keinginan konsumen dengan tujuan memahami dan memenuhi kebutuhan user dengan tidak terpaksa pada struktur sistem. Item *Customization* nilai modulusnya sebesar 51 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap fasilitas *self service technology* dalam bentuk website sesuai dengan keinginan nasabah.

Self service technology pada penelitian ini terdapat 7 item yang sudah dijelaskan diawal. Dari 7 item semua berpengaruh positif dan signifikan, namun nilai modulus tertinggi *self service technology* terdapat pada item *customization* sebesar 51% menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa fasilitas *self service technology* dalam bentuk website sesuai dengan keinginan nasabah merupakan variabel yang paling dominan dalam pembentuk variabel *self service technology*. Ini mungkin terjadi karena sebagian besar responden termasuk generasi muda yang akrab dengan berbagai jenis teknologi yang sesuai dengan keinginannya dan sangat berguna untuk digunakan dalam masa pandemi seperti ini. Dari semua item yang sudah dijelaskan sangat bermanfaat bagi nasabah di masa pandemi covid-19.

Variabel *Self Service Technology* memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus, hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS Versi 25 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5.189 > nilai t_{tabel} sebesar 1.660, maka t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 secara parsial *self service technology* merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kudus. Dan t_{hitung} positif artinya

self service technology berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kudus.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang searah yaitu semakin baik daya dukung *Self Service Technology* maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah. Dan pengguna yang cerdas haruslah orang yang mampu melihat kondisi era digital sekarang ini yang berkembang sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dari deskripsi data penelitian yang menunjukkan Indikator yang mempunyai pengaruh paling besar adalah *Self Service Technology* yang sesuai dengan keinginan nasabah sebesar 51%, yang artinya nasabah terpengaruh karena adanya *self service technology*.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris kepuasan nasabah dilihat dari informasi yang membuat nasabah mampu mempertahankan dan memudahkan dalam bertransaksi, serta memutuskan kembali karena telah membuktikan fasilitasnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iftitahul Jauhariyah yang menyatakan bahwa *self service technology* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KC. Kudus A. Yani 1

Kualitas Layanan adalah kondisi yang kuat terkait dengan item, administrasi, SDM, proses, dan iklim yang memenuhi atau melampaui asumsi. Sedangkan kualitas layanan adalah sarana yang sejauh mana kontras antara dunia nyata dan asumsi klien atas bantuan yang didapat/didapat. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas layanan.

Pertama, Realibilitas, menawarkan jenis bantuan yang terjamin, solid dalam menangani masalah perawatan klien, menyampaikan administrasi secara akurat sejak awal, menyampaikan administrasi sesuai dengan waktu yang dijanjikan, menyimpan catatan atau

arsip tanpa kesalahan. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keandalan pada karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, akan menanamkan rasa senang dalam setiap diri nasabah. Selanjutnya nasabah akan merasa nyaman apabila mengetahui bahwa karyawan bank yang akan melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan. Dengan demikian keandalan karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat harus dipertahankan guna menciptakan kepuasan pada nasabah. Nasabah percaya bahwa karyawan bank yang handal akan selalu bekerja dengan baik, sehingga memungkinkan tidak terjadinya kesalahan dalam pelayanan perbankan. Item *reliability* (keandalan) nilai modulusnya sebesar 49 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap keandalan BSI Kudus yang terdiri dari karyawan tidak melakukan kesalahan dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada nasabah.

Kedua, Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dari karyawan terhadap dapat diwujudkan dengan senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah, dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah. Dengan demikian nasabah tidak perlu menunggu pelayanan dengan waktu yang untuk menyelesaikan transaksi perbankan mereka. Karyawan dengan daya tanggap yang baik akan menciptakan simpatik dari nasabah, hal ini akan berdampak pada timbulnya kepuasan dari nasabah. Item *responsiveness* (daya tanggap) nilai modulusnya sebesar 44 responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa

responden “setuju” terhadap daya tanggap BSI Kudus yang terdiri dari karyawan memberikan pelayanan secara akurat, tanggap, dan sedia membantu nasabah.

Ketiga, Jaminan, mendorong kepercayaan klien, membuat nasabah merasa aman saat bertransaksi, karyawan bersikap sopan. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang akan dilayani secara baik oleh karyawan bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah. Jaminan keamanan dari bank akan membuat nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi. Jaminan dari suatu bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah, karena apa yang diinginkan nasabah dapat dipenuhi dengan baik oleh pihak bank. Item jaminan dan kepastian (*assurance*) memiliki nilai modus sebesar 53 responden menyatakan sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden “setuju” bahwa nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa layanan karena mampu memberikan pelayanan yang baik dan bersikap sopan terhadap nasabah.

Keempat, Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah agar merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan karyawan bank. Perhatian dari pihak bank terhadap nasabah memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau

perolehan keuntungan perusahaan saja. Adanya perhatian dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah merasa diperhatikan oleh pihak bank, yaitu kebutuhan nasabah ditanggapi dengan baik oleh pihak bank. Item *empathy* (empati) memiliki nilai modulus sebesar 50 responden menyatakan sangat setuju yang menunjukkan bahwa responden “setuju” terhadap empati BSI Kudus yang terlihat dari bentuk kesabaran, tanggap, cekatan, dan memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian.

Kelima, Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Bukti fisik akan mempengaruhi nasabah bank, seseorang nasabah akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik. Sehingga akan menimbulkan kepuasan pada nasabah. Semakin baik bukti fisik dari bank, maka akan semakin meningkat kepuasan dari nasabah. Item *tangibles* (bukti nyata) sebesar 42 responden menyatakan sangat setuju, dimana *tangibles* terdapat pada fasilitas, penampilan, sopan santun dan kerapian karyawan.

Variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus, hal ini dibuktikan dari hasil pengolahan data komputer dengan menggunakan SPSS Versi 25 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 7,739 dengan nilai t_{table} 1,660 maka t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,00 yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial kualitas layanan merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah

Indonesia Kudus. Dan t_{hitung} positif artinya kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus.

Hal ini dapat dilihat dari deskripsi data penelitian yang menunjukkan indikator yang mempunyai pengaruh paling besar adalah jaminan dan kepastian (*assurance*) sebesar 53%, yang artinya nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa layanan karena mampu memberikan pelayanan yang baik dan bersikap sopan terhadap nasabah.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang searah yaitu semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin mempengaruhi dalam kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus. Dapat dilihat dari kualitas layanan yang semakin tinggi maka semakin cepat nasabah memperoleh kepuasan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robby Syifa'ul Mahrun yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan nasabah akan meningkat. Manfaat jika memahami kualitas layanan yaitu nasabah merasa nyaman dan puas, sehingga memiliki rasa bahagia saat melakukan kunjungan kembali. Hal ini akan berdampak positif terhadap kualitas layanan di mata nasabah.

3. Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KC. Kudus A. Yani 1

Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama variabel *self service technology* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus, ini dibuktikan dengan kesimpulan pengujian dengan sebesar $f_{hitung} > 59.444$ nilai f_{tabel} sebesar 3.089, maka F_{hitung}

bernilai positif, kaidah pengambilan keputusannya dikatakan berpengaruh jika nilai f_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi variabel *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya. Jika kinerja berada dibawah garis harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

Faktor *self service technology* dan kualitas layanan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus.

Dengan demikian ketiga faktor tersebut merupakan hal yang harus mendapatkan perhatian secara bersama untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robby Syifa'ul Mahrun yang menyatakan Variabel *self service technology* dan kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kudus.