

Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri

Information
Technology and
Satisfaction

Rifanny Maulana, Iswandi Sukartaatmadja

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan

Email: riffany.maulana@ibik.ac.id

15

Submitted:
SEPTEMBER 2021

Accepted:
JANUARI 2022

ABSTRACT

Economic growth in this modern age makes business competition tighter. Banking becomes one of the services industry that supports economic growth in Indonesia. The banking industry is also one of the donations of national donations and serves as an institution to accommodate the funds of the public funds, it can also be relulated in productive economic activities. Thus, the benchmark of success of a bank, one of which depends on the number of customers. The more customers are interested, the more funds are immediately and reconclab by achievement maximum profitability. The purpose of this study is (1) to know and analyze the influence of information technology on customer satisfaction, (2) to know and analyze the effect of service quality to customer satisfaction, (3) to know and analyze the influence of information technology and service quality together with customer satisfaction of the number of respondents in this study amounted to 100 respondents taken from the community of Bogor City. Research data is processed using SPSS. The results of this study are as follows: (1) Information Technology has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Mandiri with the value of regression coefficient by 0.453 and has a significant value of 0.000. (2) The quality of service has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Mandiri with the value of regression coefficient by 0.443 and has a significant value of 0.000. (3) Information technology and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Mandiri with a value of F Count of 47,650 and larger than the F table of 2.70 and has a significance value of 0.000.

Keywords: Information Technology, Quality Services and Customer Satisfaction

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di zaman modern ini membuat persaingan bisnis sangat semakin ketat. Perbankan menjadi salah satu industri jasa yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Industri perbankan juga menjadi salah satu donatur sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga untuk menampung simpanan dana masyarakat, juga dapat disalurkan kembali pada kegiatan perekonomian yang produktif. Dengan demikian, tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada banyaknya jumlah nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputarkan kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Nasabah, (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dari Masyarakat Kota Bogor. Data penelitian diolah menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,453 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,443 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. (3) Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank

JIKES

Jurnal Informatika
Kesatuan
Vol. 2 No. 1, 2022
page. 15-28
IBI Kesatuan
ISSN 2807-4335
DOI: 10.37641/jikes.v2i1.1373

Mandiri dengan nilai F hitung sebesar 47,650 dan lebih besar dibandingkan dari F tabel sebesar 2,70 dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: teknologi informasi, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di zaman modern ini membuat persaingan bisnis sangat semakin ketat, salah satunya ditandai dengan kemajuan perekonomian global pada sektor jasa. Perbankan menjadi salah satu industri jasa yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Industri perbankan juga menjadi salah satu donatur sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga untuk menampung simpanan dana masyarakat, juga dapat disalurkan kembali pada kegiatan perekonomian yang produktif. Dengan demikian, tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada banyaknya jumlah nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal.

Dalam jasa keuangan, Teknologi informasi juga dapat diakses melalui internet banking, dimana hal tersebut dapat mempengaruhi nasabah ketika melakukan transaksi yang ditentukan oleh nilai dari “kemudahan” dibandingkan dengan hal-hal yang lain dari jasa tersebut, misalnya interaksi manusia, dan kontribusi relatifnya terhadap hasil-hasil yang positif. Peluang sosial media marketing merupakan salah satu cara pemasaran online yang sedang berkembang, dengan maraknya pengguna gadget di Indonesia peluangnya makin bertambah bertambah, dengan semakin pesatnya marketing di social media tersebut tentunya akan menambah point pada penelitian ini, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

Bank Mandiri adalah salah satu industri perbankan di Indonesia yang selalu mempertahankan eksistensi teknologi dan kualitas pelayanannya dengan memberikan teknologi dan kualitas pelayanan yang baik Bank Mandiri mampu menciptakan kepuasan setiap nasabahnya. Untuk menunjang operasional bank dalam memudahkan nasabah, bank pun perlu adanya dukungan Teknologi. Bank mandiri memiliki layanan teknologi online, salah satunya Mandiri Online, Mandiri Online adalah fasilitas internet banking yang menyatukan antara internet banking dan mobile banking, yang dapat diakses melalui Mandiri Online web dan Mandiri Online app.

Seiring berjalannya waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia.

Penggunaan teknologi internet selalu meningkat dari tahun ke tahun. Setidaknya itu terbukti dari data yang disajikan oleh nilai transaksi *internet banking* di Indonesia telah mencapai Rp. 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM dan debit yang berada pada Rp. 3.476 triliun selama 2012. Pada tahun 2017 terjadi penurunan dalam transaksi *internet banking*. Pertumbuhan *internet banking* didorong oleh pengguna internet yang pertumbuhannya cukup pesat. *Internet banking* merupakan suatu sistem yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi umum produk dan jasa suatu bank melalui *Personal Computer* (PC) atau alat pintar lainnya. Teknologi telah memungkinkan para pembuat keputusan untuk mengorganisasi distribusi secara radikal, menggabungkan jaringan internet, pemrosesan terpusat, dan lain-lain, yang menghasilkan *internet banking* dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Andi Publisher: 2006).

Dampak internet banking terhadap penyedia jasa keuangan menurun saat sistem jaringan bersama berkembang, meskipun hal itu dapat mengurangi biaya, dampak internet banking dalam jangka panjang, serta teknologi yang lain, terhadap profitabilitas akan tergantung pada sikap nasabah dan perilaku-perilaku yang diakibatkannya. Jika

jumlah nasabah semakin banyak bila tidak diimbangi dengan terus meningkatnya sumber daya manusia (SDM) dan ketepatan penggunaan teknologi dapat membuat kecewa atas pelayanan yang diberikan.

Suatu keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat tergantung pada cara bank tersebut memberikan layanan kepada nasabah. Kompetisi yang sangat sering terjadi di dunia perbankan adalah pemberian hadiah yang menarik kepada nasabah ataupun memberikan jasa pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan 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 pelayanan 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.

Dengan memberikan teknologi dan kualitas pelayanan yang baik Bank Mandiri mampu menciptakan kepuasan setiap nasabahnya. Untuk menunjang operasional bank dalam memudahkan nasabah, bank pun perlu adanya dukungan Teknologi. Bank mandiri memiliki layanan teknologi online, salah satunya Mandiri Online, Mandiri Online adalah fasilitas internet banking yang menyatukan antara internet banking dan mobile banking, yang dapat diakses melalui Mandiri Online web dan Mandiri Online app

Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia. Walaupun bank mandiri telah mengupayakan teknologi tersebut. Tetapi masih ada kendala di teknologi tersebut. Dikutip dari dwitmu.com ada salah satu nasabah yang menyatakan keluhannya tentang mandiri online yang tidak dapat diakses di luar negeri, "Saya adalah salah satu nasabah yang baru joint dengan Bank Mandiri mengingat kondisi saya yang banyak travelling. Maka saya tertarik untuk melengkapinya dengan fasilitas internet banking. Tetapi, bayangan kemudahan yang ditawarkan tidak sesuai kenyataan. Saya sama sekali tidak bisa mengakses situs Bank Mandiri kalau saya berada di luar negeri. Saya sudah berusaha dengan beda-beda jaringan. Juga komputer. Tapi, tetap saja situs Bank Mandiri tidak bisa terbuka sama sekali. Terus apa artinya ini kalau dari luar negeri tidak bisa diakses. Tentu sangat useless sekali mengingat nasabah juga dikenakan biaya administrasi. Saya mohon Bank Mandiri menindaklanjuti demi kenyamanan dan kepuasan nasabah. Bank-bank yang lain sangat mudah diakses di mana pun kita berada, seperti pengalaman saya selama ini jalan – jalan ke luar negeri tidak pernah ada masalah dalam membuka dan mengakses aplikasi mobile banking lain, yaitu GoMobile Niaga, Permata Mobile dan BCA m-banking. Terima kasih".

Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelayanan nasabah merupakan perasaan yang timbul ketika nasabah puas terhadap teknologi bank yang telah disediakan, dimana bank harus benar-benar memastikan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. Selain menyediakan teknologi, bank juga harus berupaya memberikan kualitas pelayanan yang baik, Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan 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 mobile banking, internet banking serta pelayanan 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

Dikutip dari kaskus, ada seorang nasabah menceritakan kekesalan dan kekecewaannya prihal saldo di atm nya berkurang tanpa sebab, dia mendapat pelayanan buruk ketika menghubungi pihak *call canter* dan mendatangi *customer service* di kantor cabang, “pelayanan anda sangat buruk, disaat nasabah membutuhkan proteksi atas kegagalan sistem perbankan yang anda punya justru anda mencurigai nasabah sebagai orang "iseng" yang asal telepon telepon orang buat asal ngomong!”. Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Bank harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan baik melalui *call center* ataupun *customer service* agar nasabah tidak kecewa dan merasa puas atas layanan bank mandiri.

Pada industri perbankan, kepuasan nasabah juga merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut mampu memberikan pelayanan terbaik pada setiap nasabahnya dan juga menjadi kunci utama untuk menjaga nasabah yang sudah ada, dengan demikian nasabah akan puas karena terpenuhi kebutuhannya. Industri perbankan harus mengetahui cara mempertahankan nasabah.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa nasabah yang muncul setelah membandingkan antara prsespsi atau kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya. Dikutip dari detiknews, “Saya sangat kecewa sakali atas pelayanan bank mandiri, karena saya sudah merasa disepelekan oleh Bank Mandiri. Padahal Bank Mandiri salah satu bank terbesar di Indonesia tapi seperti ini cara melayani nasabah. Mandiri tidak dapat memastikan berapa hari suatu kasus dapat diselesaikan”. Nasabah tersebut complain mengenai masalah dana yang tidak keluar saat melakukan transaksi pada ATM link (atm bersama).

Berdasarkan fenomena diatas industri perkbankan harus dapat menciptakan teknologi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang maksimal, agar tidak membuat nasabah kecewa atas harapan-harapannya saat transaksi menggunakan teknologi dan berinteraksi dengan *costumer service* bank mandiri. Dengan demikian kepuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas layanan yang dirasakan nasabah serta kepuasan adalah terkait dengan retensi nasabah dan profitabilitas, meskipun hubungan diantara konstruk-konstruk ini belum ditetapkan sepenuhnya. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
2. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
3. Untuk mengetahui Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Hubungan antar variable dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1 : Teknologi Informasi (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

H2 : Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

H3 : Teknologi Informasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada responden nasabah mandiri yang menggunakan jasa layanan *online banking* dan *offline* bank Mandiri di wilayah Bogor. Penelitian yang akan digunakan adalah 1 (satu) variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah sebagai Y, dan variabel *independent* yaitu teknologi informasi (X_1) dan kualitas pelayanan

(X₂). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bogor yaitu sebanyak 525.990 jiwa dari umur 20-49 tahun. Dari laporan jumlah Masyarakat di Kota Bogor diperoleh jumlah sebesar 525.990 jiwa dari umur 20-49 tahun. Dari data tersebut maka dapat dihitung sampel untuk penelitian ini adalah:

$$n = \frac{525.990}{(525.990 \cdot 0,1^2 + 1)} n = 99,98$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, peneliti memutuskan untuk menetapkan jumlah responden 100 orang sebagai sampel penelitian. Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini, data primer di dapat melalui kuisisioner yang dibagikan kepada penduduk Kota Bogor dengan data karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan dan lain-lain serta persepsi responden tentang Teknologi Informasi (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Data sekunder penelitian diperoleh melalui studi pustaka, terutama yang berhubungan dengan variabel penelitian. Sumber ini diperoleh dari buku, jurnal, dan informasi secara *online*, bps (badan pusat statistik).

Sebelum dilakukan analisis untuk menjawab tujuan penelitian, data yang diperoleh diuji kualitas datanya dan uji instrument penelitiannya, melalui uji asumsi klasik dan uji validitas-reliabilitas. Kemudian dilanjutkan dengan uji regresi berganda dan koefisiensi determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Untuk menggambarkan responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini dapat dibuat perhitungan berikut:

Tabel 1 Responden Berdasarkan Karakteristik Responden

	Karakteristik	Frequency	Percent
Gender	Laki – Laki	55	55,0
	Perempuan	45	45,0
Usia	20 s/d 25 tahun	57	57,0
	26 s/d 35 tahun	26	26,0
	36 s/d 49 tahun	13	13,0
	> 49 tahun	4	4,0
Status Pernikahan	Belum Menikah	63	63,0
	Sudah Menikah	37	37,0
Pekerjaan	Pelajar atau Mahasiswa	38	38,0
	Pegawai Negeri	17	17,0
	Karyawan Swasta	30	30,0
	Wirausaha	15	15,0
	Lainnya	0	0
Penghasilan	kurang dari Rp. 1.000.000	13	13,0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	30	30,0
	Rp. 4.000.000 - Rp. 7.000.000	33	33,0
	>Rp.7.000.000	24	24,0
Total		100	100,0

Sumber: Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 1 data responden berdasarkan jenis kelamin data yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 55 orang (55%) laki-laki dan 45 orang (45%) perempuan dari 100 responden. Jumlah responden laki-laki lebih banyak dari jumlah responden perempuan.

Berdasarkan tabel 4.2 data responden berdasarkan usia data yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 57 orang (57%) berusia diantara 20-25 tahun, 26 orang (26%) berusia diantara 26-35 tahun, 13 orang (13%) berusia diantara 36-49 tahun, dan 4 orang (4%) berusia lebih dari 49 tahun. Dengan ini menyatakan bahwa responden paling banyak berumur diantara 20-26 tahun yaitu sebanyak 57%.

Berdasarkan tabel 4.3 data responden berdasarkan status yang diperoleh pada penelitian ini dapat diketahui bahwa sebanyak 63 orang (63%) responden belum menikah, 37 orang (37%) responden sudah menikah. Dengan ini menyatakan bahwa responden paling banyak yaitu berstatus belum menikah. Berdasarkan tabel 4.4 data responden berdasarkan penghasilan yang diperoleh pada penelitian ini dapat diketahui bahwa sebanyak 38 orang (38%) responden sebagai pelajar atau mahasiswa, sebanyak 17 orang (17%) responden sebagai pegawai negeri, 30 orang (30%) responden sebagai pegawai swasta dan 15 orang (15%) responden sebagai wirausaha. Dengan ini menyatakan bahwa responden paling banyak yaitu sebagai pelajar atau mahasiswa.

Berdasarkan tabel 4.5 data responden berdasarkan penghasilan yang diperoleh pada penelitian ini dapat diketahui bahwa sebanyak 13 orang (13%) responden memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 per bulan, sebanyak 30 orang (30%) responden memiliki penghasilan diantara Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000 per bulan, 33 orang (33%) responden memiliki penghasilan di antara Rp. 4.000.000 – Rp. 7.000.000 per bulan, 24 orang (24%) responden memiliki penghasilan lebih dari Rp 7.000.000 per bulan. Dengan ini menyatakan bahwa responden paling banyak memiliki penghasilan Rp. 4.000.000 sampai dengan Rp. 7.000.000 per bulan.

Indeks Jawaban Responden

Indeks jawaban responden dibuat dengan menggunakan distribusi frekuensi dengan menjelaskan sebagai berikut: Skala likert yang berbentuk ordinal: 5;4;3;2 dan 1 diperoleh $range = (X_{maksimum} - X_{minimum} = 5 - 1 = 4)$, dan dibuat menjadi 3 kelas: Tinggi; Sedang dan Rendah. Maka interval dapat dibuat $4/3 = 1,33$ dengan demikian kelasnya sebagai berikut:

Tabel 2 Kelas dan Kategori Indeks Jawaban Responden

No	Interval Kelas	Keterangan
1	1,00 – 2,33	Rendah
2	2,34 – 3,67	Sedang
3	3,68 – 5,00	Tinggi

Tabel 3 Indeks Jawaban Responden Variabel Teknologi Informasi (X1)

No	Pernyataan	Skala					Rata-rata	Keterangan
		5	4	3	2	1		
1	Bank Mandiri memiliki teknologi informasi yang mempermudah transaksi nasabah	37	51	11	1	0	4,24	Tinggi
2	Semua teknologi informasi yang untuk nasabah bermanfaat	8	2	9	1	0	4,27	Tinggi
3	Teknologi informasi bank mandiri menambah produktifitas nasabah	9	0	9	1	1	4,15	Tinggi
4	Teknologi informasi bank mandiri memiliki efektifitas yang baik	8	2	9	1	0	4,17	Tinggi
5	Teknologi informasi bank mandiri mempermudah akses nasabah dalam bertransaksi	9	4	6	1	0	4,31	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2020

Perhitungan Rata-rata:

$$\bar{X}_{1_1} = \frac{(37 \times 5) + (51 \times 4) + (11 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{424}{100} = 4,24$$

Berdasarkan dari tabel 4.7 perhitungan diatas, variabel Teknologi Informasi_1 diperoleh rata-rata sebesar 4,24 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{1_2} = \frac{(38 \times 5) + (52 \times 4) + (9 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{427}{100} = 4,27$$

Berdasarkan dari tabel 4.7 perhitungan diatas, variabel Teknologi Informasi_2 diperoleh rata-rata sebesar 4,27 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{1_3} = \frac{(29 \times 5) + (60 \times 4) + (9 \times 3) + (1 \times 2) + (1 \times 1)}{100} = \frac{415}{100} = 4,15$$

Berdasarkan dari tabel 4.7 perhitungan diatas, variabel Teknologi Informasi_3 diperoleh rata-rata sebesar 4,15 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{1_4} = \frac{(28 \times 5) + (62 \times 4) + (9 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{417}{100} = 4,17$$

Berdasarkan dari tabel 4.7 perhitungan diatas, variabel Teknologi Informasi_4 diperoleh rata-rata sebesar 4,17 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{1_5} = \frac{(39 \times 5) + (54 \times 4) + (6 \times 3) + (1 \times 2) + (40 \times 1)}{100} = \frac{431}{100} = 4,31$$

Berdasarkan dari tabel 4.7 perhitungan diatas, variabel Teknologi Informasi_5 diperoleh rata-rata sebesar 4,31 dengan kategori tinggi.

Tabel 4.8
Indeks Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Skala					ata-rata	Keterangan
		5	4	3	2	1		
1	Karyawan Bank Mandiri memiliki kesungguhan dalam memenuhi permintaan nasabah	29	55	15	1	0	4,12	Tinggi
2	Karyawan Bank Mandiri berpenampilan sopan dan rapi	45	41	13	1	0	4,30	Tinggi
3	Karyawan Bank Mandiri memiliki kemampuan memberikan pelayanan yang baik	39	48	11	2	0	4,24	Tinggi
4	Karyawan Bank Mandiri sangat cepat dan cekatan dalam menangani kebutuhan nasabah	34	52	10	3	0	4,15	Tinggi
5	Karyawan Bank Mandiri selalu memberikan layanan yang terbaik	36	50	13	1	0	4,21	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2020

Perhitungan Rata-rata:

$$\bar{X}_{2_1} = \frac{(29 \times 5) + (55 \times 4) + (15 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{412}{100} = 4,12$$

Berdasarkan dari tabel 4.8 perhitungan diatas, variabel Kualitas Pelayanan_1 diperoleh rata-rata sebesar 4,12 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{2_2} = \frac{(45 \times 5) + (41 \times 4) + (13 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{430}{100} = 4,30$$

Berdasarkan dari tabel 4.8 perhitungan diatas, variabel Kualitas Pelayanan_2 diperoleh rata-rata sebesar 4,30 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{2_3} = \frac{(39 \times 5) + (48 \times 4) + (11 \times 3) + (2 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{424}{100} = 4,24$$

Berdasarkan dari tabel 4.8 perhitungan diatas, variabel Kualitas Pelayanan_3 diperoleh rata-rata sebesar 4,24 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{2_4} = \frac{(34 \times 5) + (52 \times 4) + (10 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{415}{100} = 4,15$$

Berdasarkan dari tabel 4.8 perhitungan diatas, variabel Kualitas Pelayanan_4 diperoleh rata-rata sebesar 4,15 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{X}_{2_5} = \frac{(36 \times 5) + (50 \times 4) + (13 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{421}{100} = 4,21$$

Berdasarkan dari tabel 4.8 perhitungan diatas, variabel Kualitas Pelayanan_5 diperoleh rata-rata sebesar 4,21 dengan kategori tinggi.

Tabel 5 Indeks Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Skala					Rata-rata	Keterangan
		5	4	3	2	1		
1	Pelayanan karyawan Bank Mandiri sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan nasabah	21	58	16	4	1	3,94	Tinggi
2	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan nasabah	26	50	21	3	2	3,99	Tinggi
3	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Bank Mandiri karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat memuaskan	16	62	19	3	0	3,91	Tinggi
4	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa pelayanan Bank Mandiri karena pelayanan ditawarkan memuaskan	25	49	23	3	0	3,96	Tinggi
5	Saya akan menyarankan teman atau kerabat untuk menggunakan jasa pelayanan Bank Mandiri karena fasilitas yang memadai	24	54	18	4	0	3,98	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2020

Perhitungan Rata rata:

$$\bar{Y}_1 = \frac{(21 \times 5) + (58 \times 4) + (16 \times 3) + (4 \times 2) + (1 \times 1)}{100} = \frac{394}{100} = 3,94$$

Berdasarkan dari tabel 4.9 perhitungan diatas, variabel Kepuasan Nasabah_1 diperoleh rata-rata sebesar 3,94 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{Y}_2 = \frac{(26 \times 5) + (50 \times 4) + (21 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{399}{100} = 3,99$$

Berdasarkan dari tabel 4.9 perhitungan diatas, Kepuasan Nasabah_2 diperoleh rata-rata sebesar 3,99 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{Y}_3 = \frac{(16 \times 5) + (62 \times 4) + (19 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{391}{100} = 3,91$$

Berdasarkan dari tabel 4.9 perhitungan diatas, variabel Kepuasan Nasabah_3 diperoleh rata-rata sebesar 3,91 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{Y}_4 = \frac{(25 \times 5) + (49 \times 4) + (23 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{396}{100} = 3,96$$

Berdasarkan dari tabel 4.9 perhitungan diatas, variabel Kepuasan Nasabah_4 diperoleh rata-rata sebesar 3,96 dengan kategori tinggi, kemudian untuk indikator berikutnya dihitung sebagai dibawah ini:

$$\bar{Y}_5 = \frac{(24 \times 5) + (54 \times 4) + (18 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1)}{100} = \frac{398}{100} = 3,98$$

Berdasarkan dari tabel 4.9 perhitungan diatas, variabel Kepuasan Nasabah_5 diperoleh rata-rata sebesar 3,98 dengan kategori tinggi.

Analisis Kualitas Data

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil *r-product* moment hitung untuk pernyataan ke 1 yaitu 0,847; pernyataan ke 2 yaitu 0,835; pernyataan ke 3 yaitu 0,740; pernyataan ke 4 yaitu 0,817 dan pernyataan ke 5 yaitu 0,798. Hasil *r-product* moment hitung di atas menunjukkan hasil lebih besar dari *r-product* moment tabel, $n = 100$, $\alpha = 5\%$ yaitu 0,196 dan nilai signifikansi dibawah 5% sehingga kesimpulannya adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil *r-product* moment hitung untuk pernyataan ke 1 yaitu 0,751; pernyataan ke 2 yaitu 0,784; pernyataan ke 3 yaitu 0,853; pernyataan ke 4 yaitu 0,748 dan pernyataan ke 5 yaitu 0,794. Hasil *r-product* moment hitung di atas menunjukkan hasil lebih besar dari *r-product* moment tabel, $n = 100$, $\alpha = 5\%$ yaitu 0,196 dan nilai signifikansi dibawah 5% sehingga kesimpulannya adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil *r-product* moment hitung untuk pernyataan ke 1 yaitu 0,814; pernyataan ke 2 yaitu 0,862; pernyataan ke 3 yaitu 0,830; pernyataan ke 4 yaitu 0,824 dan pernyataan ke 5 yaitu 0,835. Hasil *r-product* moment hitung di atas menunjukkan hasil lebih besar dari *r-product* moment tabel, $n = 100$, $\alpha = 5\%$ yaitu 0,196 dan nilai signifikansi dibawah 5% sehingga kesimpulannya adalah valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas diperoleh hasil Cronbach's Alpha untuk variabel Teknologi Informasi sebesar 0,808 dan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka data dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,803 dan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka data dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,813 dan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 maka data dinyatakan reliabel.

Berdasarkan uji multikolinearitas, variabel Teknologi Informasi (X1) diperoleh nilai toleransi sebesar 0,628 dan nilai VIF sebesar 1,592; Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai toleransi sebesar 0,628 dan nilai VIF sebesar 1,592. Variabel X1 dan X2 memperoleh nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Normalitas data dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh data yang dikumpulkan mengikuti kaidah-kaidah kurva normal, metode ini dilakukan dalam penelitian dengan menguji apakah ada model regresi, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak, dengan cara Uji Kolmogorov-Smirnov dan diperoleh untuk total variabel 0,198 memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diatas 0,05, maka dapat diartikan ke tiga variabel ini berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi

dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan heteroskedastisitas, diperoleh nilai signifikan lebih besar dari $> 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.19 Pembentukan Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.878	1.957		.449	.655
TOTAL_TI	.453	.108	.383	4.207	.000
TOTAL_KP	.443	.100	.402	4.418	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_KN

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan tabel 4.19 dapat ditentukan persamaan regresi berganda untuk penelitian ini sebagai berikut: $\hat{Y} = 0,878 + 0,453X_1 + 0,443X_2 + error$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, jika:

- Teknologi Informasi = Kualitas Pelayanan = 0, maka nilai dari Kepuasan Nasabah nilainya sebesar 0,878
- Jika Teknologi Informasi naik sebesar 1 (satu) satuan maka Kepuasan Nasabah akan naik sebesar 0,453 jika variabel lain dianggap konstan.
- Jika Kualitas Pelayanan naik sebesar 1 (satu) satuan maka Kepuasan Nasabah akan naik sebesar 0,443 jika variabel lain dianggap konstan.

Korelasi Antar Variabel

Untuk melihat adanya hubungan antara variable Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan serta keeratan hubungannya maka dilakukan analisis korelasi. Hasil analisis dari korelasi adalah koefisien korelasi yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan dari suatu hubungan. Sedangkan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh antar variabel, akan dilakukan analisis regresi secara simultan untuk masing-masing variabel pada masing-masing variabel.

Tabel 4.20 Korelasi Antar Variabel

		TOTAL_TI	TOTAL_KP	TOTAL_KN
TOTAL_TI	Pearson Correlation	1	.610**	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
TOTAL_KP	Pearson Correlation	.610**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
TOTAL_K N	Pearson Correlation	.628**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Hasil Uji Korelasi

- Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel Teknologi Informasi (X1) berkorelasi positif sebesar 0,610 terhadap variable Kualitas Pelayanan (X2), dapat disimpulkan kedua variabel tersebut terdapat korelasi yang signifikan antara variabel yang dihubungkan.
- Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel Teknologi Informasi (X1) berkorelasi positif sebesar 0,628 terhadap variable Kepuasan Nasabah (Y), dapat disimpulkan kedua variabel tersebut terdapat korelasi yang signifikan antara variabel yang dihubungkan.
- Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berkorelasi positif sebesar 0,635 terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat

disimpulkan kedua variabel tersebut terdapat korelasi yang signifikan antara variabel yang dihubungkan.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar peran atau kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen, atau bisa juga dikatakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabilitas atau keragaman dari variabel dependen.

Tabel 4.21 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.485	2.263
a. Predictors: (Constant), TOTAL_KP, TOTAL_TI				
b. Dependent Variable: TOTAL_KN				

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Berdasarkan pada tabel 4.21 dapat dijelaskan bahwa hubungan atau korelasi berganda pada seluruh variabel (Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah), memiliki kekuatan hubungan yang sangat kuat mengacu pada tabel Sugiyono tahun 2007. Hal ini dilihat berdasarkan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,704. Perolehan nilai *r-square* sebesar 0,496 dapat dijelaskan bahwa variabel Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah mampu mempengaruhi atau menjelaskan keragaman (variabilitas) nilai dari Kepuasan Nasabah sebesar 49,6% sedangkan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.22 Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.878	1.957		.449	.655
	TOTAL_TI	.453	.108	.383	4.207	.000
	TOTAL_KP	.443	.100	.402	4.418	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_KN

Sumber : Hasil Penelitian 2020

a. Pengaruh antara Teknologi Informasi (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hipotesis penelitian 1	Teknologi Informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
H ₀ : $\beta_1 = 0$	Teknologi Informasi tidak mempunyai hubungan dengan Kepuasan Nasabah
H ₁ : $\beta_1 \neq 0$	Teknologi Informasi mempunyai hubungan dengan Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.22 Pengaruh antara Teknologi Informasi (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh t hitung sebesar 4.207 dan lebih besar dari t-tabel ($df=n-k-1$ atau $df=100-3-1=96$; $\alpha=5\%$)=1,66 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$; H₀ ditolak dan H₁ diterima. Kesimpulan hipotesis penelitian pertama diterima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Teknologi Informasi (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y).

b. Pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hipotesis penelitian 2	Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
------------------------	--

H0 : $\beta_2 = 0$	Kualitas Pelayanan tidak mempunyai hubungan dengan Kepuasan Nasabah
H2 : $\beta_2 \neq 0$	Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan dengan Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.22 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh t hitung sebesar 4,418 dan lebih besar dari t-tabel ($df=n-k-1$ atau $df=100-3-1=96$; $\alpha=5\%$)=1,66 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$; H0 ditolak dan H2 diterima. Kesimpulan hipotesis penelitian kedua diterima, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y).

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Hasil analisis data dengan menggunakan program SPSS dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.23 Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	488.226	2	244.113	47.650	.000 ^b
	Residual	496.934	97	5.123		
	Total	985.160	99			
a. Dependent Variable: TOTAL_KN						
b. Predictors: (Constant), TOTAL_KP, TOTAL_TI						

Sumber : Hasil Penelitian 2020

Hipotesis penelitian 3	Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
H0 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$	Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
H4 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$	Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.23 hubungan antara Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh f-hitung 47.650 dan lebih besar dari f-tabel ($df_1=4$, $df_2=98$, $\alpha=5\%$) = 2,70; dan didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari ($\alpha=5\%$) = 0,05 dengan demikian H0 ditolak dan H4 diterima, Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, maka hipotesis 3 diterima.

Pengaruh Teknologi Informasi (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Penelitian ini berdasarkan hasil uji statistik di atas hipotesis pertama yang berbunyi terdapat hubungan antara pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keputusan Nasabah dapat diterima, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 4,207 yang dimana lebih besar dibandingkan t-tabel 1,66 dan didukung oleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda variabel X1 (Teknologi Informasi) sebesar 0,453 artinya jika variabel Preferensi Merek naik sebesar satu satuan maka Y (Keputusan Nasabah) akan naik sebesar 0,453 jika variabel lain dianggap konstan. Dengan hasil dimana variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah, maka Hipotesis 1 diterima. Yang menyatakan Teknologi Informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah, penelitian ini membuktikan teori yang disampaikan oleh Uno dan Nina Lamatenggo (2011) juga mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang

berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu. Dimana jika teknologi informasinya memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dengan penyajian teknologi yang ada di perusahaan tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Penelitian ini berdasarkan hasil uji statistik di atas hipotesis kedua yang berbunyi terdapat hubungan antara pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dapat diterima, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 4,418 yang dimana lebih besar dibandingkan t-tabel 1,66 dan didukung oleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda variabel X2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,443 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan naik sebesar satu satuan maka Y (Kepuasan Nasabah) akan naik sebesar 0,189 jika variabel lain dianggap konstan. Dengan hasil dimana variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, maka Hipotesis 2 diterima. Yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, penelitian ini membuktikan teori yang disampaikan oleh Sangadji (2013) menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Pengaruh Teknologi Informasi (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Penelitian ini berdasarkan hasil uji statistik di atas hipotesis keempat yang berbunyi terdapat hubungan antara Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh f-hitung 47.650 yang dimana lebih besar dibandingkan f-tabel 2,70 dan didukung oleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05 yang dimana variable Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, maka Hipotesis 3 diterima. Perolehan nilai *r-square* sebesar 0,595 dapat dijelaskan bahwa variabel Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah mampu mempengaruhi atau menjelaskan keragaman (variabilitas) nilai dari minat pembelian sebesar 49,6% sedangkan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti. Dan dari pengujian simultan Signifikan pada tabel 4.26 dapat diketahui bahwa nilai F hitung dari keseluruhan variabel adalah sebesar 47,650 sedangkan F tabelnya sebesar 2,70 yang artinya F hitung lebih besar dari F tabel sehingga H₀ ditolak dan H₃ diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Teknologi Informasi (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara langsung terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) dan signifikan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Teknologi Informasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah bank Mandiri dengan Berdasarkan nilai koefisien regresi berganda variabel X1 (Teknologi Informasi) sebesar 0,453 dan memiliki nilai signifikansi 0,000.
2. Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah bank Mandiri dengan Berdasarkan nilai koefisien regresi berganda variabel X2 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,443 dan memiliki nilai signifikansi 0,000.
3. Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). dapat diketahui bahwa nilai F hitung dari keseluruhan variabel adalah sebesar 47,650 dan lebih besar dibanding F table sebesar 2,70 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan maka akan semakin tinggi Kepuasan Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ariane Chaterina Natalia Telan (2011) Analisis pengaruh faktor teknologi, kualitas layanan, dan fokus pelanggan terhadap kepuasan pelanggan
- [2] Aldilan Julian Satria (2017) Pengaruh kualitas layanan internet banking dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah
- [3] Dewi Berlian Harahap (2017) Pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri cabang medan aksara
- [4] Diana Grace (2017) Analisis Pengaruh ATM dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah
- [5] Harun Al Rasyid (2017) Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek
- [6] Inggar Dina (2017) Pengaruh teknologi layanan mandiri terhadap kepuasan nasabah m-bca di Surabaya
- [7] Istikomah (2017) Analisis pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan jasa perbankan terhadap kepuasan nasabah
- [8] Rika Yuliana (2017) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah
- [9] Soniya Fransiska (2019) Pengaruh kualitas layanan bank terhadap kepuasan nasabah
- [10] Yuliana Anggraeni (2015) Pengaruh pelayanan berbasis teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah bank di Kota Semarang
- [11] Purba, J.H.V., 2011. Dampak Pajak Ekspor Terhadap Industri Minyak Goreng Indonesia. *Disertasi Doktor. SPS-IPB. Bogor.*
- [12] Cahyani, N. and Effendy, M., 2021, December. The Impact of Information Technology Management on Student's Learning Satisfaction. In *International Conference on Global Optimization and Its Applications 2021* (pp. 274-274).
- [13] Mulyana, M., Effendy, M. and Hidayat, L., 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Laboratorium Komputer. *Karya Ilmiah Dosen STIE Kesatuan, 1(2).*
- [14] Sukartaatmadja, I., Muktiadji, N. and Effendy, M., 2020. PKM Kegiatan Outbound & Team Building Bagi Karyawan BPR Mandiri. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 1(1), pp.57-66.*
- [15] Effendy, M. and Pamungkas, A.D., 2018. Analisis Beta Saham Harian Terhadap Imbal Saham Harian Sebuah Studi Kasus Saham-Saham LQ45 pada Periode Februari–Juli 2015. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 6(1), pp.33-42.*
- [16] Suharmiati, S., Listari, S. and Effendy, M., 2018. Winning Banking Competition through KREDIT MULTIGUNA Services. In *International Conference On Accounting And Management Science 2018* (pp. 230-230).
- [17] Muktiadji, N. and Hendrian, G., 2018. Pelatihan Motivasi Usaha Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas, 2(1), pp.078-082.*
- [18] Sukartaatmadja, I., Muktiadji, N. and Effendy, M., 2020. PKM Kegiatan Outbound & Team Building Bagi Karyawan BPR Mandiri. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 1(1), pp.57-66.*
- [19] Wiratama, A., Muktiadji, N. and Cahyani, N., 2019. Asset Management, Pt Taisho Pharmaceutical Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 7(1), pp.145-152.*
- [20] Putri, D.S. and Muktiadji, N., 2017. Analisis Portfolio Optimal Pada Beberapa Perusahaan LQ-45 Komparasi Pendekatan Markowitz Dan Model Indeks Tunggal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 5(1), pp.33-43.*
- [21] Septiana, R. and Muktiadji, N., 2020. Analisis rasio LDR, Leverage dan Profitabilitas Untuk Menilai Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8(2), pp.189-198.*
- [22] Noor, T.D.F.S., Nurendah, Y. and Suardy, W., 2021. Penerapan Hukum Bisnis Sebagai Upaya Menstimulus Kinerja UMKM Dari Perspektif Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 9(3), pp.627-640.*