

Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon

Layaman dan Novi Andriyani
Fakultas Syaria'ah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Jl.Perjuangan By Pass Sunyaragi Cirebon
Email: layaman72@gmail.com

Abstrak

Dalam dunia bisnis perbankan peran teknologi informasi sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan perbankan. Upaya bank memberikan pelayanan berbentuk teknologi agar nasabah lebih mudah bertransaksi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, akan tetapi Bank Jabar Banten syariah belum maksimal dalam menerapkan dan menggunakan teknologi perbankan dibandingkan dengan perbankan syariah lainnya. Berdasarkan survey awal yang didapat bank Jabar Banten syariah belum mempunyai internet banking. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah bank Jabar Banten Syariah Cirebon.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket dan kuesioner. Dengan jumlah responden 42 orang. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana, dengan pengujian validitas, pengujian reliabilitas, dan analisis determinasi. Sedangkan pengujian menggunakan uji t. Selain itu, dilakukan juga uji asumsi klasik, dimana semua pengujian tersebut menggunakan alat bantu program SPSS versi 21.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas setiap item pernyataan pada variabel dinyatakan valid dan reliabel. Serta hasil dari uji asumsi klasik pada uji normalitas semua data dinyatakan normal, uji linearitas terdapat hubungan yang linear antara teknologi perbankan dan kepuasan nasabah, dan pada uji heterokedastisitas data terbebas dari heterokedastisitas. Pada uji t, variabel Teknologi perbankan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan t_{hitung} teknologi perbankan sebesar 11,688 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,021 ($11,688 > 2,021$).

Kata Kunci : *Teknologi Perbankan, kepuasan nasabah*

Abstract

In the banking business world the role of information technology plays an important role in improving the quality and banking services. Bank efforts to provide services in the form of technology so that customers are easier to transact so as to provide satisfaction to customers, but Bank Jabar Banten syariah not maximized in applying and using banking technology compared with other Islamic banking. Based on preliminary survey obtained Bank Jabar Banten Syariah not have internet banking. Therefore, this study aims to determine and analyze how the influence of banking technology on customer satisfaction Bank Jabar Banten Syariah Cirebon.

This research uses quantitative approach. The data used in this study is the primary data with data collection techniques through questionnaires and questionnaires. With the number of respondents 42 people. Data analysis using simple linear regression, with validity testing, reliability testing, and determination analysis. While testing using t test. In addition, there is also a classical assumption test, where all the tests using tools SPSS program version 21.

Based on the results of validity and reliability test each item statement on the variable declared valid and reliable. As well as the results of the classical assumption test on the normality test all data are stated normal, linearity test there is a linear relationship between banking technology and customer satisfaction, and on heterokedastisitas test data free from heterokedastisitas. In t-test, banking technology variables have a significant positive effect on customer satisfaction with banking technology tcount 11,688 is bigger than ttable value 2.021 (11,688 > 2,021).

Keywords: *Banking technology, customer satisfaction*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era globalisasi seperti sekarang ini sudah sangat berkembang dengan pesat dan sangat canggih, perkembangan teknologi sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia dimasa ini maupun di masa yang akan datang, karena teknologi informasi berperan penting dikehidupan sehari-hari. Oleh karena itu manusia di era modern ini dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi, karena dalam dunia bisnis teknologi informasi sangat berperan penting dalam menjalankan bisnisnya, karena dengan teknologi informasi membuat dunia bisnis berkembang dengan pesat dan memudahkan dalam menjalankan bisnisnya. Begitu juga dalam dunia bisnis perbankan peran teknologi informasi sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayanan perbankan. Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992¹. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi khususnya teknologi perbankan memaksa industri perbankan untuk memformulasi ulang strategi teknologi informasi yang mereka terapkan untuk bisa bersaing. Nasabah sekarang menginginkan sesuatu lebih dari sekedar layanan perbankan.

Nasabah menginginkan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Dampak utama penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis adalah tingginya volume penggunaan intrnet dan jaringan *mobile* oleh masyarakat. Oleh karena itu ekspansi teknologi informasi dan komunikasi yang cepat dan penggunaan teknologi tersebut oleh bisnis menekankan bahwa adopsi

teknologi informasi tidak hanya di butuhkan oleh organisasi akan tetapi di butuhkan juga oleh para pelanggan untuk mencapai tingkat efektifitas dan efisiensi yang tinggi dalam sebuah persaingan perbankan yang sangat ketat ini.

Semakin majunya teknologi informasi, transaksi pembayaran non tunai terlihat pada ketersediaan jasa pembayaran non tunai baik yang dilakukan oleh bank maupun lembaga non bank, yang mau tidak mau harus mengikuti dan menggunakan teknologi sebagai dari siste pelayanannya yang di kenal dengan transaksi perbankan elektronik (*Electronic Banking*).

Perkembangan teknologi akan mengubah secara radikal sistem transaksi perbankan yang pada akhirnya mengubah budaya perbankan.² Transaksi-transaksi konvensional melalui paper cepat atau lambat harus ditinggalkan. Oleh karna itu pada akhirnya transaksi perbankan akan sangat bergantung pada perkembangan teknologi. Transaksi perbankan elektronik merupakan tumpuan harapan dari seluruh transaksi perbankan dimasa mendatang.³

Jenis alat pembayaran elektronik ini ada berbagai macam seperti kartu kredit, kartu debit dan yang baru-baru ini berkembang e-money yang biasa dalam bentuk kartu penyimpanan dana (*stored value card*). Di Indonesia alat pembayaran seperti ini telah diatur dalam sebuah peraturan Bank Indonesia (PBI) nomor 14/2/PBI/2012 tentang penyelenggaraan alat pembayaran dengan menggunakan kartu

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2006) Hlm 31

² Try Widiyono, *Aspek Hukum Oprasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*, (Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2006) hlm 195

³ Ibid, hlm.195

(APMK) dan PBI nomor 16/8/PBI/2014 tentang uang elektronik. Dalam penggunaan sistem elektronik ada dua hal yang mendasar yang perlu di perhatikan. Pertama, teknologi merupakan hasil temuan manusia yang tentunya akan mempunyai kelemahan-kelemahan dalam sistem teknisnya. Yang kedua, teknologi selain memiliki kelemahan dalam sistem teknisnya juga mempunyai ketidakpastian dalam segi jaminan kepastian hukum.⁴ Pada perkembangannya transaksi perbankan akan menggunakan sistem teknologi informasi sehingga hal tersebut akan mengakibatkan menurunnya transaksi-transaksi melalui konter bank. Kegiatan-kegiatan yang dulu dilakukan oleh cabang bank, kini cukup diwakili oleh mesin penangkap data elektronik.

Kesuksesan teknologi informasi dalam dunia bisnis perbankan mengubah menjadi alat bersaing dalam ekonomi yang kompetitif. Saat ini sektor perbankan menggunakan teknologi informasi dalam komunikasi untuk menawarkan kualitas pelayanan yang lebih baik bagi nasabah salah satu dengan adanya fasilitas ATM (*Auto Teller machine*), mesin EDC dan Mobile banking. ATM (*Auto Teller machine*), mesin EDC dan *Mobile banking* merupakan salah satu hasil dari pengembangan teknologi informasi yang mulai berkembang pesat. Sekarang perkembangan *mobile* yang di gunakan dalam domain komersial. Semakin majunya perkembangan teknologi di dunia transaksi, dunia perbankan pun mulai menggunakan teknologi berbasis komputer untuk mempermudah transaksi dengan nasabah. Yang tadinya melayani nasabah dengan harus bertemu langsung dengan nasabah, atau dengan datang langsung ke bank-bank cabang yang disediakan oleh pihak bank. Dalam dunia perbankan perkembangan teknologi informasi membuat para perusahaan mengubah strategi bisnis dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa seperti: adanya transaksi berupa

transfer uang melalui teller, *mobile banking* atau ATM (*Auto Teller Machine*) yang bisa melakukan transaksi perbankan secara 24 jam dan bisa mengambil uang cash. Adapun teknologi perbankan yang sering digunakan oleh para nasabah yaitu: ATM (*Auto Teller Machine*), EDC (*Elektronik Data Capture*) dan *mobile banking*.

Begitu juga dengan bank BJB Syari'ah merupakan salah satu perbankan yang menggunakan dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi agar dapat bersaing dalam dunia bisnis perbankan. Pada hari kamis tanggal 27 Maret 2014, bertempat di ruang rapat kantor pusat bank BJB Syari'ah telah dilakukan launching layanan anjungan tunai mandiri (ATM), dan Debit Prima sebagai realisasi dari Perjanjian Kerjasama yang telah ditandatangani pada bulan Januari 2014 oleh Direktur Operasi bank BJB syariah Hamara Adam dan direktur PT Rintis sejahtera yaitu Suryono.

Lebih lanjut Hamara Adam menyatakan bahwa interkoneksi ini merupakan upaya bank BJB syariah untuk memperkuat dan memperluas jaringan ATM melalui kartu ATM yang sekaligus berfungsi sebagai kartu Debit untuk digunakan transaksi berbelanja di merchant. Kemudahan layanan bagi nasabah dalam bertransaksi perbankan diharapkan akan meningkatkan Dana Pihak Ketiga bank bjb syariah. "Langkah ini juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan transaksi melalui jaringan *e-channel* bank bjb syariah dan mendukung program Bank Indonesia untuk menuju *cashless society* serta meningkatkan efisiensi dalam transaksi," ucap Hamara Adam.⁵ Saat ini bank BJB Syari'ah memiliki 66 Unit ATM Bank BJB Syari'ah di seluruh daerah banten dan jawa barat, dan 67 ribu ATM berlogo prima.

ATM (*Auto Teller Machine*) merupakan salahsatu teknologi sistem informasi teknologi di gunakan oleh bank. Bank indonesia sendiri lebih sering

⁴ Editorial jurnal hukum bisnis, *E-Commerce meningkatkan efesiensi*. Jurnal hukum bisnis vol18. Maret 2002 hlm 4

⁵ <http://bjbsyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 25 maret 2017, pada pukul 19.15 WIB)

menggunakan istilah teknologi sistem informasi (TSI) perbankan untuk semua terapan teknologi informasi dan komunikasi dalam layanan perbankan. Pengertian ATM menurut Alien H. Lipis adalah alat kasir otomatis tanpa orang, di tempatkan didalam atau di luar pekarangan bank, yang sanggup mengeluarkan uang tunai dan menangani transaksi transaksi perbankan yang rutin. ATM di indonesia juga di kenal dengan Anjungan tunai mandiri. Adapun perkembangan teknologi ATM pada periode ini terjadi peningkatan dan perkembangan yang sangat pesat dari alat pembayaran non tunai dengan menggunakan media kartu, seperti kartu debit dan kartu kredit. Hal ini lebih disebabkan meningkatnya jumlah pemegang kartu dan transaksinya yang di ikuti pula dengan meningkatnya nilai transaksi. Peningkatan aktivitas ATM antara lain disebabkan makin luasnya jaringan pelayanan ATM, Baik akibat penambahan mesin maupun akibat dari makin banyaknya bank yang menjadi anggota switching ATM. Teknologi ATM merupakan salah satu hasil hasil upaya standarisasi Broudband integrated services digital network (BISDN) yang dilakukan oleh ITUT (*Internasional Telecommunication Union – Telecommunication standardization sector*) pada pertengahan pada tahun 1980an, teknolohi ATM sendiri mengacu pada suatu teknik transmisi paket data berkecepatan sangat tinggi dengan menggunakan mekanisme *switching dan time division multiplexing* yang di terapkan pada sel sel berukuran tetap dan relatif kecil.⁶

Adapun alat teknologi elctronik perbankan lainnya adalah mesin EDC (*Electronic Data Capture*) adalah alat otorisasi transaksi pembayaran secara elektronik yang dilakukan dengan kartu kredit atau debit. Pengertian otorisasi adalah persetujuan atau jaminan yang di berikan oleh pihak bank penerbit melalui bank memproses, dimana suatu kartu di izinkan untuk di gunakan dalam suatu transaksi.

Mesin EDC juga merupakan mesin pembayaran, pembelian dan transfer, secara umum penggunaan mesin EDC sama saja, hanya saja mesin EDC tidak dapat mengeluarkan uang cash layaknya mesin ATM. Biasanya mesin EDC Terdapat pada outlet-outlet perbelanjaan yang berfungsi sebagai sarana untuk memudahkan transaksi. Mesin EDC (*Electronic Data Capture*) tidak hanya dipakai untuk transaksi kartu kredit, tetapi bisa juga menggunakan kartu debit. Bank BJB syariah telah berkerjasama dengan PT Rintis sejahtera, kerjasama ini selaku bentuk dukungan jaringan prima terhadap peningkatan pelayanan perbankan syariah di Indonesia. Melalui jaringan prima nasabah bank BJB dapat menikmati kemudahan dalam transaksi secara real time. Dan nasabah BJB syariah dapat berbelanja secara debit di 270 ribu mesin EDC pada *merchant-merchant* berlogo prima di berbagai pusat perbelanjaan.⁷

Mobile banking ini mengkombinasi teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Sebagian besar masyarakat luas memiliki *handphone*, dengan adanya nya fasilitas *mobile banking* ini supaya mempermudah nasabah melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun selama 24 jam tanpa harus mendatangi kantor cabang untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* ini merupakan layanan yang di berikan oleh perbankan terhadap nasabahnya. Layanan ini menjadi peluang bagi perbankan agar dapat sebagai intensif, karena *mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang di berikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan dalam kegiatan perbankan, serta keefektifan dan kefesienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pengecekan saldo, dan lain sebagainya.

Mobile banking memberikan keuntungan bagi para bank untuk bertahan dalam persaingan industri perbankan, menghemat biaya, sebagai kegiatan pemasaran dan komunikasi dan untuk

⁶ E-journal.uajy.ac.id (diakses pada tanggal 25 maret 2017, pukul 10.36 WIB)

⁷ <http://bjbsyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 25 maret 2017, pada pukul 19.15 WIB)

memelihara dan menarik nasabah, keuntungan *mobile banking* adalah untuk menghemat waktu dan biaya mengindikasikan bahwa *mobile banking* memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya service yang lebih rendah, penghematan waktu. Keberadaan *mobile banking* juga mempengaruhi wajah perbankan Indonesia. Ada beberapa faktor yang menyebabkan nasabah menaruh uang di bank pilihannya. Mulai dari kedekatan lokasi, layanan yang memuaskan, tingkat keamanan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. meskipun *mobile banking* telah tumbuh pesat, tidak ada bukti yang cukup bahwa nasabah menerima layanan ini dengan baik. Robinson menyatakan bahwa separuh dari nasabah yang telah mencoba online banking tidak akan menjadi pengguna aktif.⁸

Mobile banking juga tumbuh begitu pesat dalam dunia bisnis perbankan, Elektronik Perbankan *Mobile Banking* atau yang biasa disebut dengan *M-Banking* merupakan sebuah kemajuan teknologi dan komunikasi yang dipakai sebagai fasilitas dari Bank kepada setiap nasabah bank. Fasilitas *M-banking* adalah sistem layanan dari lembaga keuangan atau Bank yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler untuk sebuah transaksi seperti transfer, pembayaran dan pembelian.

Perkembangan *mobile banking (m-banking)* terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran layanan *m-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan mobilitas. Dengan satu sentuhan, *m-banking* menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu genggam. Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan, 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih ke layanan *m-banking*.

Diprediksi, nilai transaksi *m-banking* akan naik dua kali lipat per tahun.

Hasil survei lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan, 35% dari seluruh kegiatan online yang dilakukan di setiap rumah di seluruh dunia akan beralih pelayan *mobile banking*. Di prediksi nilai transaksi *mobile banking* dan internet banking akan naik 2 kali lipat pertahun. Selanjutnya akan meningkat menjadi 4 kali lipat setelah 2011. transaksi *mobile banking* sejak tahun terahingga 2016 di proyeksikan akan tumbuh sebesar 2,7 milyar transaksi pertahun di seluruh dunia. Hal itu

Sejalan dengan inovasi layanan dari industri perbankan. Dimasa mendatang, transaksi keuangan di ramalkan akan menjadi produk perbankan paling populer yang di akses melalui jaringan internet dan telpon seluler. Nilai transaksi ini akan naik setiap tahun di seluruh dunia, dan meningkat 4 kali lipat pada tahun 2016. Di Indonesia dalam 5 tahun terakhir pemakaian *mobile banking* oleh nasabah perbankan meningkat signifikan dengan rata-rata peningkatan 13,3% pertahun. Pada tahun 2003 pengguna *mobile banking* baru sekitar 315ribu orang namun 4 tahun kemudian sudah menjadi 8,2 juta orang pengguna, dan pada tahun 2008 di perkirakan meningkat hingga 50% menjadi sekitar 12,32 juta orang. Artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang di dapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat di lakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan kepuasan nasabah, Kepuasan nasabah itu sendiri adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dan harapan. Seorang nasabah jika merasa puas dengan nilai yang di berikan oleh produk atau jasa sangat besar kemungkinan akan menjadi pelanggan yang lama. Kepuasan nasabah sangat bernilai bagi bank, sehingga tidak heran ada slogan yang bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu di layani dengan sebaik-baiknya.

⁸

<http://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/16581/16573> (diakses pada tanggal 1 Nopember 2016, pukul 20.35 WIB)

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang di berikan bank, ada dua keuntungan yang di terima oleh bank antaranya:

1. Nasabah yang lama akan tetap di pertahankan tidak lari ke bank lain atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama dengan yang di kemukakan oleh derek dan Rao yang menyatakan kepuasan konsumen secara ke seluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah, seperti yang di kemukan oleh richens bahwa kepuasan nasabah dengan cara memberikan rekomendasi atau memberi tahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan akan memberi iklan dari mulut ke mulut. Yang artinya nasabah tersebut akan dengan cept menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.⁹

Jika cara seperti di atas dapat terus di pertahankan tujuan bank akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. Memang dalam pelaksanaan di lapangan tidak selalu mudah, mengingat prilaku nasabah yang beragam. Akan tetapi setiap bank memiliki standar oprasional yang berbeda yang harus di penuhi guna melayani nasabahnya.

Begitu juga dengan BJB Syariah menyediakan layanan *mobile banking* yang diberi nama dengan *mobile masalah*. Mobile masalah, layanan mobile banking dari bank BJB syariah yang menghadirkan layanan perbankan secara 24 jam melalui ponsel. Mobile masalah merupakan layanan yang dapat diakses langsung oleh nasabah yang memiliki kartu ATM melalui telpon seluler/handphone dengan menggunakan jaringan komunikasi data.

Berikut ini adalah nama-nama perbankan syariah beserta teknologi

perbankan yang telah di terapkan oleh masing-masing perbankan, antara lain:

Tabel. Layanan Teknologi Perbankan Syariah

NO	Perbankan Syariah	Teknologi
1	Bank Syariah Mandiri (BSM)	<ul style="list-style-type: none"> • ATM • EDC • Mobile Banking • Intenet Banking • Sms Banking
2	Bank Indonesia Syariah Rakyat (BRI)	<ul style="list-style-type: none"> • ATM • EDC • Mobil Banking • Sms Banking • Internet Banking
3	Bank Indonesia Syariah Negara (BNI)	<ul style="list-style-type: none"> • ATM • EDC • Mobil Banking • Sms Banking • Internet Banking
4	Bank Jabar Banten Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • ATM • EDC • Mobil Banking • Sms Banking

(Sumber : dari Berbagai sumber, 2017)

Table di atas memberikan gambaran mengenai upaya bank memberikan pelayanan berbentuk teknologi perbankan agar nasabah lebih mudah bertransaksi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Akan tetapi dari data yang di atas dapat diketahui bahwasannya bank Jabar Banten Syariah belum memiliki pelayanan teknologi perbankan dalam bentuk internet banking, maka dari itu bank Jabar Banten Syariah belum maksimal dalam menerapkan dan menggunakan teknologi perbankan dibandingkan dengan perbankan lainnya.

Berdasarkan permasalahan yang telah di rumuskan di atas, maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran penggunaan teknologi perbankan di BJB Syariah Cirebon.
2. Untuk mengetahui gambaran kepuasan nasabah di BJB Syariah Cirebon.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah BJB Syariah Cirebon.

Pembahasan
Telaah Pustaka

a. Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja atau

⁹ Kasmir, *Menejemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali press 2012) hlm 263

kinerja yang dirasakan pelanggan (*perceived performance*) dan harapan pelanggan (*customer expectation*). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah atau dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa amat puas atau senang.¹⁰

Kepuasan konsumen merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak di gunakan di berbagai bidang riset pelanggan (menggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengonsumsi) kesenjangan akan menimbulkan ketidakcocokan, ketidakcocokan positif meningkatkan atau mempertahankan kepuasan dan ketidaksesuain menciptakan ketidakpuasan. Berdasarkan perilaku organisasi, harapan dan ketidakcocokan kinerja yang dirasakan dipengaruhi oleh persepsi kualitas, *marketing mix*s, merk dan citra perusahaan atau bank. Riset menunjukkan bahwa kecocokan positif dan negatif memiliki efek yang berbeda terhadap kepuasan, bahkan terkadang ketidakcocokan berpengaruh lebih besar terhadap ketidakpuasan pelanggan daripada kesesuaian pada tingkat mikro. Untuk memudahkan mengenali kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut:¹¹

Apabila kinerja > harapan → pelanggan sangat puas
 Apabila kinerja = harapan → pelanggan puas
 Apabila kinerja < harapan → pelanggan kecewa.

Kepuasan dilihat sebagai pengalaman kumulatif melakukan pembelian dan pengalaman pelanggan dalam mengonsumsi produk atau jasa.¹²

Pengertian kepuasan nasabih yang di definisikan oleh para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut kotler dan amstrong menyatakan bahwa:
 “Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli.”¹³
- b. Menurut engel menyatakan bahwa:
 “kepuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang yang sama atau melampaui harapan nasabah. Sedangkan ketidakpuasan timbul karena hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.”¹⁴
- c. Kepuasan pelanggan menurut philip kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antar kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.”¹⁵
- d. Kepuasan pelanggan menurut disconfirmation paradigm dalam fandy tjiptono adalah “kepuasan pelanggan di rumuskan sebagai evaluasi parabeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang di pilih memenuhi atau melebihi harapan setelah setelah pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.”¹⁶

Dari beberapa definisi tentang kepuasan pelanggan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk dengan membandingkan kinerja yang mereka alami dengan harapan.

¹⁰ Philip kotler, *manajemen pemasaran analisis perencanaan, implementasi dan kontrol, edisi bahasa indonesia jilid 1* (jakarta:PT Pranhallindo,1997) hlm 36

¹¹ Amin wijaya, *manajemen pemasaran kontemporer*, (jakarta: harvarindo 2003) hlm 95

¹² Ali Hasan, *marketing bank syariah*, (jakarta:ghalia indonesia,2010) hlm 101

¹³ Kotler,philip dan gary Amstronge, *dasar-dasar pemasaran*, (jakarta,PT indeks kelompok gramedia 2005) hlm 70

¹⁴ Tjipto, Fandi, *perspektif manajemen dan pemasaran kontenporer*, (yogyakarta: Andi offset 2000) hlm 146

¹⁵ M.N Nasution, *manajemen mutu terpadu*, (Bogor: ghalia indonesi,2001) hlm 49

¹⁶ Tjipto, Fandi, *perspektif manajemen dan pemasaran kontenporer*, (yogyakarta: Andi offset 2000)hlm 350

Pengertian kepuasan nasabah dari beberapa ahli tidak terlalu jauh berbeda, hanya tergantung dari sudut mana kita memandangnya. Menurut kotler Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk.¹⁷

Formula yang di gunakan untuk menentukan kepuasan nasabah sebagai berikut:¹⁸

$$S=f(E,P)$$

Dinama

S = *Satisfaction* (Kepuasan)

Expectation = (Harapan)

P = Perceived Performance (Kinerja yang di Rasakan)

Kepuasan nasabah yang diberikan oleh bank sangat berimbas sangat luas bagi keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank maka, maka nasabah tersebut akan.¹⁹

- a. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah akan pindah ke bank lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- b. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah akan membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- c. Membeli produk lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan pembelian jenis jasa yang ditawarkan, sehingga pembelian nasabah makin beragam dalam satu bank.
- d. Memberikan gratis promosi dari mulut ke mulut. Hal ini yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke

nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan.

Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Nasabah

Handi Irawan menyatakan bahwa pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan dari pelanggan di tentukan oleh persepsi dari harapan pelanggan. Persepsi terhadap produk serta pelayanan sendiri dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan saat mencoba produk atau menerima suatu layanan.²⁰ Karena itu, apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik, maka besar kemungkinannya pelanggan tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi dan akhirnya membawa tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Adapun 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan antara lain: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga dan biaya.²¹

1. Kualitas produk, konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam bentuk kualitas produk adalah performance, reliability, conformance, durability dan feature.
2. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan ini sudah banyak dikenal yaitu 5 dimensi antara lain reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible.
3. Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk tertentu.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

¹⁷ Kasmir, *Menejemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali press 2012) hlm 263

¹⁸ Kasmir, *Menejemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali press 2012) hlm 162

¹⁹ Ibid

²¹ Ibid 22

5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas.

Menurut Kasmir (2012) kepuasan pelanggan dalam dunia perbankan harus diartikan secara menyeluruh, jangan sepotong-sepotong. Artinya nasabah akan merasa sangat puas apabila komponen kepuasan tersebut bisa terpenuhi secara lengkap. Berikut ini kepuasan nasabah dalam dunia perbankan dilihat dari 5 dimensi antara lain:²²

1. *Tangibles*, merupakan bukti fisik yang harus dimiliki karyawan bank, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya.
2. *Responsivitas*, yaitu adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang sangat besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.
3. *Reliabilitas*, yaitu kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah di janjikan dengan cepat, akurat serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya di berikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.
4. *Assurance*, adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan kompetensi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat di percaya. Hal ini penting agar nasabah yakin akan transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.
5. *Empathy*, yaitu mampu memberikan kemudahan serta menjamin hubungan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu untuk memahami kebutuhan

individu setiap nasabahnya secara tepat dan cepat.

Konsep Pengukuran Kepuasan

Menurut kotler yang dikutip Tjiptono terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:²³

1. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang di sediakan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telpon.
2. Survei kepuasan pelanggan, artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telpon maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan unpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini diantara sebagai berikut:
 - a. *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas dan sangat puas.
 - b. *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.
 - c. *Problem analysis*, artinya pelanggan yang dijadikan responden untuk mengupkan dua hal pokok yaitu: masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan

²² Kasmir, *Menejemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali press 2012) hlm 57

²³ Nyoman Yuliarini, *analisis yang mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan*, (Denpasar: unversitas udayana, 2007) hlm 7

saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- d. *Importance-performance analysis*, artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.
3. *Ghost shopping*, artinya metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost sopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost sopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut.
4. *Lost customer analysis*, artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Ketidakpuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu sebuah produk. Sutu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kala produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek mutu suatu produk dapat diukur, pengukuran kepuasan pelanggan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Disamping itu, pengukuran aspek suatu mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu:

1. Untuk mengetahui dengan baik bagaimana jalannya bisnis.
2. Mengetahui diman harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus-menerus untuk memuaskan pelanggan.
3. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah keperbaikan. Salah satu cara untuk mengukur sikap pelanggan ialah dengan menggunakan kuisoner. Perusahaan harus mendesain kuesoner kepuasan pelanggan yang akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau jasa. Penggunaan kuesioner pelanggan

harus benar-benar dapat mengukur tepat persepsi dan sikap pelanggan.

b. Teknologi Perbankan

Salah satu factor yang menentukan kepuasan nasabah bank adalah teknologi yang digunakan oleh perbankan. Persaingan antar bank yang ditandai oleh beberapa faktor pokok: himpunan produk dan layanan yang ditawarkan kepada para nasabah dan lokasi layanan, baik dalam bentuk kantor cabang dan kas atau ATM saja. Tantangannya adalah dukungan teknologi perbankan di meja service repsensentatif yang dapat digunakan untuk memadukan semua layanan jasa perbankan ini dan meraciknya secara individual untuk para nasabah yang memerlukan layanan perbankan tersebut. Ada tiga objek besar yang harus di capai dan menjadi target utama dari penerapan teknologi informasi perbankan, yang jika diamati lebih seksama akan nampak bahwa fokus pengembangan lebih terarah pada fungsi-fungsi *front office*:²⁴

1. Teknologi informasi secara langsung maupun tidak langsung harus memiliki dampak terhadap penciptaan produk pelayanan yang jauh lebih baik dari sebelumnya sehingga meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan (*value adding activity*).
2. Teknologi informasi harus dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dari manajemen dalam bentuk penyediaan informasi dan pengetahuan yang relevan, tepat, akurat, terpercaya, dan bernilai tinggi.
3. Teknologi informasi harus mampu meningkatkan level perolehan pendapatan perusahaan (*revenue*) dengan cara memanfaatkannya untuk semakin mendekatkan perusahaan dengan para calon pelanggan.

Berbagai kasus diatas membantu menunjukkan bahwa teknologi yang di terapkan dengan baik memberikan

²⁴ Wiji nurastuti, *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm 109

competitive advantage kepada sebuah bank. Setiap bank mempunyai akses yang sama atas teknologi yang ada, namun mampu memanfaatkannya dengan benar adalah mereka yang berhasil meraciknya kedalam sebuah konfigurasi yang fungsional dan layanan yang ciamik serta di oprasikan dengan tepat guna. Namun, pola tata pamong teknologi yang baik, *Good IT Governance* memerlukan perancangan, penerapan dan oprasi yang berhati-hati. Bahkan tidak sedikit diantara mereka yang memegang prinsip, bahwa di dunia perbankan, tidak memiliki infrastruktur teknologi informasi yang baik berarti cepat atau lambat akan segera tersingkir dari arena persaingan. alasannya cukup mudah, yaitu karena perbankan merupakan sebuah industri jasa, yang kinerjanya sangat di pengaruhi oleh variabel ruang dan waktu. Meningkatnya pelayanan pelanggan merupakan suatu usaha untuk menembus batasan-batasan ruang dan waktu yang dapat dilakukan dengan bantuan teknologi komputer dan telekomunikasi. Pada saat yang bersamaan, teknologi ini pula yang akan menjadi senjata bagi bank yang bersangkutan untuk bersaing dengan bank-bank lain, terutama dalam usahanya untuk menciptakan suatu produk pelayanan yang lebih murah, lebih baik dan lebih cepat.²⁵

Kompleknya persaingan industri menyebabkan setiap perusahaan menfokuskan diri terhadap keingan serta kepuasan pelanggan. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan merupakan hal esensial, bukan hanya menyangkut peningkatan penjualan dan reputasi penjualan melainkan juga menyangkut pembinaan jangka panjang.

Quinn dan baily menyatakan beberapa keuntungan yang akan di peroleh oleh sebuah organisasi dengan adanya investasi dan teknologi informasi meliputi:²⁶

- a. *Maintaning market share*, sebab market share merupakan parameter kunci kesuksesan kinerja manajemen dan dapat juga digunakan sebagai kekuatan kompetitif suatu perusahaan.
- b. *Avoiding catastrophic losses*, investasi yang dilakukan pada teknologi informasi dianggap sukses bila dapat mencegah
- c. *Creating greater flexibility and adaptability*. Teknologi informasi merupakan elemen yang peting pada infrastruktur perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk tetap bertahan meskipun perubahan lingkungan sangat cepat dan tidak dapat di prediksi. Sebagai contoh: perusahaan asuransi dan perbankan akan kehilangan fleksibilitasnya apabila infrastruktur teknologi infomasi tidak dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tingkat bunga, produk baru dan international exchange rate.
- d. *Improving responsiveness for new product lines*, teknologi informasi merupakan suatu yang penting bagi perusahaan yang bertujuan memelihara atau mengurangi biaya melakukan ekspansi dengan membuka cabang di beberapa wilayah lain atau dengan cara memperkenalkan produk baru.
- e. *Improving service quality*, teknologi informasi, bagi banyak perusahaan merupakan elemen kritis dalam menciptakan pelayanan yang baik kepada konsumen. Teknologi informasi juga memegang peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan, memastikan tingkat konsistensi kinerja, meminimkan kesalahan dan mengurangi interaksi antara personal dengan konsumen.
- f. *Enhancing quality of work life*, teknologi informasi telah membantu mengurangi beban kerja yang berat, membuat pekerjaan menjadi lebih menarik, mempersingkat siklus pelatihan dan memperbaiki moral karyawan. Tanpa adanya bantuan teknologi informasi, para profesional tidak dapat menarik personal yang berkualitas untuk memecahkan masalah yang rumit dalam

²⁵ Wiji nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (yogyakarta: Graha Ilmu), hlm 109

²⁶ Berlian widiastuti, *Intensitas penggunaan electronic banking*, (semarang: Universitas diponogoro, 2010) hlm 29

bidangnya. Teknologi informasi juga mengelola sejumlah besar data dalam waktu riil untuk meningkatkan keselamatan, keamanan personal dan kenyamanan karyawan, konsumen dan publik.

- g. *Increasing predictability of operations*, teknologi merupakan suatu alat yang penting dalam memperbaiki penjualan, mengendalikan persediaan, mengurangi fluktuasi revenue. Tanpa adanya teknologi informasi, perusahaan tidak dapat beroperasi
- h. dengan sistem on call pada sistem pekerja part time.

Semua faktor-faktor diatas menunjukkan bahwa manajemen membutuhkan investasi dibidang teknologi.

Berbagai hasil penelitian menghasilkan bahwa penggunaan teknologi perbankan berhubungan erat dengan kepuasan nasabah. Yuliana Angraeni (2011) meneliti tentang Faktor pelayanan berbasis teknologi pada perbankan. Hasil penelitiannya adalah faktor kemudahan dan kesesuaian teknologi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan faktor sensasi dan performa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nikolas (2011) dengan adanya teknologi memudahkan nasabah melakukan transaksi perbankan, sehingga dapat memuaskan nasabah dan berdampak positif terhadap loyalitas nasabah. Mila Karomillah (2015) hasil penelitiannya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan E-banking dan kepuasan nasabah. Try Yulianto (2015) kualitas pelayanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ariane Chaterina (2011) Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel faktor teknologi, kemudian diikuti dengan variabel kualitas layanan dan yang terakhir faktor pelanggan. Berdasarkan telaah pustaka di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: penggunaan teknologi perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

c. Metode penelitian

Metode penelitian yang di lakukan adalah dengan cara melakukan survai dan pengisian angket terhadap para nasabah. Survai menurut kelinget penelitian survai adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, akan tetapi data yang di pelajara dari data sempel yang di ambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian yang relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.²⁷ Pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik Observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

Populasi dan Sempel

Populasi dalm penelitian ini adalah nasabah BJB Syari'ah Cabang Cirebon. Sampel diambil dengan teknik non probability sampling yaitu dengna purposive sampling yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan objek yang diteliti. Penentuan ukuran sampling dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{710}{1 + 710 \cdot (0,15)^2} = 55,38 = 41,82 \approx 42 \text{ orang}$$

Dimana:

n = Jumlah Sempel

N = Jumlah populasi

e² = Persisi (diterapkan 15% dengan tingkat kepercayaan 85%).

Pengukuran variabel

Teknologi informasi mengacu pada akuisisi, pengolahan, penyimpanan dan penyebaran semua jenis informasi menggunakan teknologi komputer dan sistem telekomunikasi. Teknologi mencakup semua hal yang berkaitan dengan kelanjutan ilmu pengetahuan dan teknologi computer dengan perancangan, pengembangan, pemasangan dan implementasi sistem informasi dan aplikasi (Sharma, M. C., and Abhinav Sharma, 2011). Produk teknologi

²⁷ Riduwan, *Belajar Mudah Penelian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabet, 2008 Hlm 49

yang diukur adalah penggunaan ATM, Mobile Banking dan EDC.

Kepuasan Nasabah mengacu pada perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk (Tjiptono, Fandi, 2000). Dengan indikator Bentuk fisik. Daya tangkap, Jaminan, Keandalan, Empati. Pengukuran kedua variable menggunakan skala 1 sampai 5.

Teknik Analisis

Pada penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier dengan menggunakan komputer melalui program SPSS versi 21.

Hasil Penelitian

a. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 42 responden yang memberikan jawaban atas kuesioner penelitian, berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden berusia 31-40 tahun sebanyak 18 orang atau 42,9%, kemudian di ikuti responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 11 orang atau 26,2% kemudian responden berusia 41-50 tahun sebanyak 9 orang atau 21,4% dan terakhir responden berusia <20 tahun sebanyak 4 orang atau 9,5%. Usia 31-40 tahun adalah usia yang produktif yang mana aktifitasnya tinggi sehingga responden diusia tersebut memerlukan kemudahan bertransaksi perbankan. Pada usia 31-40 tahun juga responden sudah tahu dan paham terhadap teknologi.

Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden perempuan sebanyak 23 orang atau 54,8% dan laki-laki sebanyak 19 orang atau 45,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna teknologi perbankan BJB syariah Cirebon didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan. Karena perempuan memiliki andil dalam mengelola keuangan keluarga, sehingga perempuan yang sering melakukan transaksi di bank.

Sedangkan berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa responden

terbanyak adalah responden berpendidikan S1 sebanyak 21 orang atau 50%, kemudian diikuti responden berpendidikan SMA sebanyak 16 orang atau 38%, kemudian responden berpendidikan D3 dan S2-S3 sebanyak 2 orang atau 4,8%, kemudian responden berpendidikan SMP sebanyak 1 orang atau 2,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna teknologi perbankan BJB syariah Cirebon didominasi oleh responden yang berpendidikan S1, karena responden yang mengenyam pendidikan tinggi tau dan paham pada teknologi.

Berdasarkan status sosial dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang sudah menikah sebanyak 24 orang atau 57,1% dan responden yang belum menikah sebanyak 18 orang atau 42,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna teknologi perbankan BJB syariah Cirebon didominasi oleh responden yang sudah menikah. Karena pada orang yang menikah sudah dewasa dan sudah tau serta paham pada teknologi.

Berdasarkan jenis pekerjaan dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebanyak 21 orang atau 50%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 14 orang atau 33,3% dan responden lain-lain sebanyak 7 orang atau 16,7%. Terkait nasabah bank Jabar Banten sebagian besar adalah PNS pemerintahan daerah.

b. Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 42 responden nasabah BJB Syariah pengguna teknologi perbankan melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel Adapun penjelasan dari masing-masing variable bisa dilihat data tabel dibawah ini:

Deskripsi Variabel Teknologi Perbankan

Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut:

1. Pernyataan Teknologi ATM mengenai kenyamanan dan kebersihan ruangan ATM sebanyak 7,1% yang menjawab sangat setuju, 73,8% menjawab setuju, 19,1% yang menjawab netral, jadi kenyamanan dan kebersihan ruang ATM di perlukan agar para nasabah dapat bertransaksi dengan nyaman sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah. Dari hasil observasi yang didapat bahwasannya ruangan mesin ATM pada bank Jabar Banten syariah bersih dan nyaman, tidak ada sampah yang berceceran, tersediannya tempat sampah di dalam ruangan ATM untuk para nasabah membuang struk setelah melakukan transaksi, terdapat pendingin dan pengharum ruangan pada ruang ATM, sehingga menambah kenyamanan nasabah pada saat melakukan transaksi menggunakan teknologi ATM.
2. Pernyataan teknologi ATM mengenai mudah ditemukannya mesin ATM di tempat-tempat strategis 7,1% responden yang menjawab sangat setuju, 61,9% yang menjawab setuju, 26,2% yang menjawab netral dan 4,8% menjawab tidak setuju. Jadi, teknologi ATM yang dapat di temukan di tempat-tempat strategis di perlukan untuk menunjang kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Dari hasil observasi ATM bank BJB syariah hanya di tempatkan di kantor-kantor bank BJB syariah syariah saja, belum terdapat di tempat sarana umum yang strategis, Ketika di konfirmasi pada pihak bank (Bapak Andriyanto) pada sesi wawancara, bahwasannya pada saat ini bank Jabar Banten telah memperbanyak mesin-mesin ATM baru di sekitar Jawa Barat dan Banten agar lebih bisa terjangkau oleh nasabah.
3. Pernyataan teknologi ATM pengoprasian mesin ATM mudah sebanyak 9,5% menjawab sangat setuju, 57,2% yang menjawab setuju, 28,6% yang menjawab netral, 4,8% yang menjawab tidak setuju. Jadi, pernyataan tersebut di perlukan untuk mendorong kepuasan nasabah dalam menggunakan mesin ATM. Dari hasil observasi pada monitor teknologi ATM terdapat panduan atau pilihan-pilihan yang tersedia di monitor teknologi ATM, sehingga memudahkan para nasabah menggunakan teknologi ATM.
4. Dari pernyataan diatas mengenai kehandalan teknologi ATM point selalu mendapatkan bukti cetak transaksi, bahwa sebanyak 9,5% yang menjawab sangat setuju, 64,3% yang menjawab setuju dan 16,7% yang menjawab netral dan 9,5% menjawab tidak setuju. Dari hasil observasi ketika nasabah melakukan transaksi pada mesin ATM, nasabah selalu mendapatkan bukti cetak transaksi (struk) kecil yang keluar dari mesin ATM setelah melakukan transaksi pada mesin ATM.
5. Dari pernyataan diatas mengenai kehandalan teknologi ATM mengenai jaringan mesin ATM baik jarang mengalami gangguan saat melakukan transaksi, bahwa sebanyak 19,1% yang menjawab sangat setuju, 52,4% yang menjawab setuju dan 28,6% dan yang menjawab netral. Dari hasil observasi Jaringan pada ATM BJB syariah jarang mengalami gangguan atau eror pada jaringan yang dapat memperlambat transaksi yang akan dilakukan oleh para nasabah.
6. Dari pernyataan diatas mengenai daya tangkap teknologi ATM , transaksi berjalan dengan cepat bahwa sebanyak 14,3% yang menjawab sangat setuju, 59,2% yang menjawab setuju dan 26,2% yang menjawab netral dan 9,5% menjawab tidak setuju. Dari hasil observasi tombol-bombol yang terdapat pada mesin ATM berjalan dengan lancar, tepat dan cepat.
7. Dari pernyataan diatas mengenai daya tangkap teknologi ATM , tersedianya call center bahwa sebanyak 19,1% yang menjawab sangat setuju, 64,3% yang menjawab setuju dan 16,7% yang menjawab netral. Dari hasil observasi bahwa terdapat nomor call center di

- setiap mesin ATM atau di dalam ruangan mesin ATM dengan nomor call center 1500727 yang berguna untuk melayani keluhan atau pengaduan nasabah jika terdapat gangguan-gangguan pada saat nasabah melakukan transaksi pada mesin ATM.
8. Dari pernyataan diatas mengenai jaminan dan keamanan teknologi ATM , selalu tersedianya uang pada saat tarik tunai bahwa sebanyak 19,1% yang menjawab sangat setuju, 64,3% yang menjawab setuju dan 16,7% yang menjawab netral. Dari hasil observasi pada mesin ATM selalu tersedia uang untuk para nasabah melakukan transaksi tarik tunai dan jarang mengalami kehabisan uang pada mesin ATM.
 9. Dari pernyataan diatas mengenai jaminan dan keamanan teknologi ATM, tersedianya kamera pengawas memberikan keamanan terhadap nasabah yang melakukan transaksi di ruangan mesin ATM bahwa sebanyak 7,1% yang menjawab sangat setuju, 66,9% yang menjawab setuju dan 26,2% yang menjawab netral dan 4,8% menjawab tidak setuju. Dari hasil observasi kamare pengawas tersedia di tiap-tiap ruang mesin ATM dan berfungsi dengan baik, sehingga memberikan rasa aman terhadap nasabah pada saat melakukan transaksi si ruang mesin ATM.
 10. Dari pernyataan diatas mengenai kemudahan teknologi EDC, dengan adanya teknologi EDC dapat mempermudah nasbah dalam melakukan transaksi di merchan-merchat perbelanjaan, sebagaimana hasil kuesiner bahwa sebanyak 4,8% yang menjawab sangat setuju, 83,3% yang menjawab setuju dan 11,9% yang menjawab netral. Dari hasil observasi dengan adanya mesin EDC memepermudah nasabah melakukan transaksi di pusat-pusat perbelanjaan, karena nasabah tidak perlu membawa uang tunai, hanya cukup membawa kartu debit atau kredit.
 11. Dari pernyataan diatas mengenai bentuk fisik teknologi EDC, teknologi EDC mudah di temui di merchan-merchat perbelanjaan, sebagaimana hasil kuesiner bahwa sebanyak 7,1% yang menjawab sangat setuju, 61,9% yang menjawab setuju dan 26,2% yang menjawab netral dan 4,8 menjawab tidak setuju. Dari hasil observasi mesin EDC sudah ada di berbagai tempat-tempat perbelanjaan karena bank BJB syariah telah berkerja sama dengan PT rintis sejahtera sehingga nasabah dapat menggunakan teknologi EDC berlogo prima di berbagai puasat perbelanjaan.
 12. Hasil kuesiner bahwa sebanyak 9,5% yang menjawab sangat setuju, 57,1% yang menjawab setuju dan 28,6% yang menjawab netral dan 4,8% menjawab tidak setuju. Dengan demikian jaminan dan keamanan teknologi EDC mengenai kesesuain jumlah nominal dan total belanja sebagian besar responden menjawab setuju. Dari hasil observasi jumlah nominal yang di ambil dari rekening sama dengan nominal jumlah belanjaan, tidak dilebih-lebihkan atau di kurangi.
 13. Dari pernyataan diatas mengenai jaminan dan keamanan teknologi EDC, menjaga kerahasian dan data nasabah pada saat melakukan transaksi meggunakan teknologi EDC di pusat-pusat perbelanjaan, sebagian besar responden menjawab setuju,sebagaimana hasil kuesiner bahwa sebanyak 9,5% yang menjawab sangat setuju, 64,4% yang menjawab setuju dan 16,7% yang menjawab netral dan 9,5 menjawab tidak setuju. Dari hasil observasi pihak bank juga merahasiakan data nasabah pada saat melakukan transaksi di pusat-pusat perbelanjaan.
 14. Dari pernyataan diatas mengenai kemudahan *mobile banking* yakni mudah mempelajari tatacara bertransaksi menggunakan *mobile banking* sebagian besar reponden menjawab sangat setuju. Sesuai dengan hasil kuesioner yang telah di sebar bahwa sebanyak 54,8% yang

menjawab sangat setuju, 38,1% yang menjawab setuju dan 7,1% yang menjawab netral. Dari hasil observasi *mobile banking* BJB syariah mudah dipelajari karena pada saat pembukaan atau meregistrasi *mobile banking*, *customer service* bank BJB syariah akan menjelaskan bagaimana cara menggunakan aplikasi *mobile banking*.

15. Dari pernyataan diatas mengenai kemudahan *mobile banking* yakni mudah bertransaksi menggunakan *mobile banking* sebagian besar reponden menjawab sangat setuju. Sesuai dengan hasil kuesioner yang telah di sebar bahwa sebanyak 50% yang menjawab sangat setuju, 45,2% yang menjawab setuju dan 4,8% yang menjawab netral. Dari hasil observasi menggunakan *mobile banking* mudah karena tata cara bertransaksi sudah tersedia dalam poin-poin pilihan dalam aplikasi *mobile banking*, serta dalam aplikasi *mobile banking* bank BJB syariah pun di lengkapi dengan simulasi transaksi.
16. Dari pernyataan diatas mengenai biaya tarif *mobile banking* yakni biaya menggunakan teknologi *mobile banking* sangat murah. Sebagian besar reponden menjawab sangat setuju. Sesuai dengan hasil kuesioner yang telah di sebar bahwa sebanyak 47,6% yang menjawab sangat setuju, 42,9% yang menjawab setuju dan 9,5% yang menjawab netral. Jadi hasil dari kuesinor sebagian besar responden sangat setuju dengan biaya tarif bertransaksi menggunakan *mobile banking* yang murah. Pada hasil observasi pada *mobile banking* bank BJB syariah murah karena tidak dikenakan biaya pada saat bertransaksi, dikenakan pemotongan pulsa hanya pada saat melakukan registrasi pendaftaran saja, dengan nilai potongan Senilai tarif sms.
17. Dari pernyataan diatas mengenai efesiensi *mobile banking* yakni menggunakan *mobile banking* lebih efisien, sebagian besar reponden menjawab setuju. Sesuai dengan hasil

kuesioner yang telah di sebar bahwa sebanyak 26,2% yang menjawab sangat setuju, 42,9% yang menjawab setuju dan 23,7% yang menjawab netral, 4,8% menjawab tidak setuju dan 2,4% menjawab tidak sangat setuju. Hasil observasi aplikasi *mobile banking* dapat diakses melalui *handphone* dimanapun dan kapanpun.

18. Dari pernyataan diatas jaminan dan keamanan menggunakan *mobile banking* yakni menjaga data nasabah saat bertrsaksi menggunakan *mobile banking* sebagian besar reponden menjawab setuju. Sesuai dengan hasil kuesioner yang telah di sebar bahwa sebanyak 50% yang menjawab sangat setuju, 31% yang menjawab setuju dan 19% yang menjawab netral. Hasil observasi aplikasi *mobile banking* setiap nasabah yang menggunakan *mobile banking* berikan PIN *mobile banking* oleh pihak bank guna menjaga keamanan nasabah pada saat melakukan transaksi, dan pihak bank juga merahasiakan seluruh transaksi serta data nasabah agar tidak di ketahui oleh orang lain.

Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan sebagai berikut:

1. Sebanyak 4,8% responden menjawab sangat setuju, 85,7% yang menjawab setuju, 9,5% dan yang menjawab ragu-ragu (netral). Jadi, dapat disimpulkan responden setuju dengan pernyataan diatas karena sebagian responden menjawab setuju. Dari hasil observasi bahwa adanya sarana teknologi perbankan dapat menunjang nasabah untuk melakukan transaksi lebih mudah.
2. Hasil dari kuesioner yang telah di sebar memperoleh hasil 7,1% responden menjawab sangat setuju, 61,9% yang menjawab setuju, 26,2% yang menjawab ragu-ragu (netral). Jadi, dapat disimpulkan responden setuju dengan pernyataan diatas karena sebagian responden menjawab setuju. Dari hasil observasi Dari bahwa adanya sarana

teknologi mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah.

3. Dari kuesioner yang telah di sebar memperoleh hasil 9,5% responden menjawab sangat setuju, 57,1% yang menjawab setuju, 28,6% yang menjawab ragu-ragu (netral) dan 4,8% menjawab tidak setuju. Jadi, dapat disimpulkan responden setuju dengan pernyataan diatas karena sebagian responden menjawab setuju. Dari hasil observasi bahwa rasa aman dan percaya penggunaan teknologi perbankan sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah. Para nasabah merasa aman ketika menggunakan teknologi perbankan karena mempunyai PIN yang merupakan pengaman pada saat bertransaksi yang hanya diketahui oleh nasabah saja.
4. Dari kuesioner yang telah di sebar memperoleh hasil 9,5% responden menjawab sangat setuju, 64,3% yang menjawab setuju, 16,7% yang menjawab ragu-ragu (netral) dan 9,5% menjawab tidak setuju. Jadi, dapat disimpulkan responden setuju dengan pernyataan diatas karena sebagian responden menjawab setuju. Dari hasil observasi bahwa kecepatan dan ketepatan teknologi perbankan dalam bertransaksi sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah, teknologi perbankan yang di

sediakan tepat dan cepat dalam melayani transaksi-transaksi nasabah.

5. Dari kuesioner yang telah di sebar memperoleh hasil 21,4% responden menjawab sangat setuju, 52,4% yang menjawab setuju, 23,8% yang menjawab ragu-ragu (netral) dan 2,4% menjawab tidak setuju. Jadi, dapat disimpulkan responden setuju dengan pernyataan diatas karena sebagian responden menjawab setuju. Dari hasil observasi bahwa call center yang tersedia tanggap dan simpatik menangani permasalahan dan kendala nasabah pada saat bertransaksi sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah.

c. Uji hipotesis

Sebelum uji hipotesis dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji validitas & reliabilitas instrument penelitian serta uji asumsi klasik regresi yang terdiri atas uji normalitas data, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji menunjukkan bahwa semua instrument penelitian yang dituangkan dalam kuesioner valid dan reliable, serta asumsi-asumsi klasik regresi terpenuhi.

Setelah uji validitas & reliabilitas serta asumsi klasik dilakukan, langkah berikutnya dilakukan uji terhadap hipotesis yang dibangun. Hasil analisis dengan teknik regresi linear yang menggunakan SPSS versi 21 menunjukkan sebagai berikut:

Tabel. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-6,053	2,154		-2,809	,008
	Teknologi_perbankan	,353	,030	,879	11,688	,000

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

(Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 21, Tahun 2017)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi yang terbentuk adalah: $Y = -6,053 + 0,353X$. Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut: nilai kontanta -6,053 artinya jika tidak ada teknologi perbankan maka

kepuasan nasabah bernilai -6,053. dan nilai koefesien regresi X sebesar 0,353 artinya jika Teknologi perbankan naik 1 satuan maka nilai partisipasi kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,353, koefesien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dinyatakan

arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Langkah selanjutnya melakukan pengujian signifikan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan table di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} teknologi perbankan sebesar 11,688 dengan nilai signifikansi pada 0,000. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif signifikan teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon.

Adapun besar pengaruh variabel independen Teknologi perbankan (X) terhadap variabel dependen kepuasan nasabah (Y), maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 ^a	,774	,768	1,121

a. Predictors: (Constant), Teknologi_perbankan
(Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 21, Tahun 2017)

Table di atas menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel teknologi perbankan R square 0,774 mampu menjelaskan sebesar 77,4% terhadap variasi variabel dependen (Kepuasan nasabah). Sedangkan sisanya sebesar 22,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil penelitian ini mengandung pengertian bahwasannya teknologi perbankan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasannya nasabah bank Jabar Banten Syariah Cirebon. Dengan memberikan kepuasan terhadap nasabah memberikan dampak positif terhadap ekonomi bank, dengan memberikan kepuasan nasabah maka nasabah akan loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah akan pindah ke bank lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan

nasabah akan membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang. Membeli produk lain dalam bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan pembelian jenis jasa yang ditawarkan, sehingga pembelian nasabah makin beragam dalam satu bank. Memberikan gratis promosi dari mulut ke mulut. Hal ini yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang ditawarkan. Dengan demikian akan ada nasabah-nasabah baru, sehingga jumlah nasabah akan terus meningkat, sehingga perekonomian bank pun juga ikut meningkat. Dan bank akan mampu bersaing dengan bank-bank lainnya, Persaingan antar bank ditandai oleh beberapa faktor pokok : himpunan produk dan layanan yang ditawarkan kepada para nasabah dan lokasi layanan, karena kompleknya persaingan industri menyebabkan setiap perusahaan menfokuskan diri terhadap keinginan serta kepuasan pelanggan. Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan merupakan hal esensial, bukan hanya menyangkut peningkatan penjualan dan reputasi penjualan melainkan juga menyangkut pembinaan jangka panjang.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah bank Jabar Banten Cirebon didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Gambaran penggunaan teknologi perbankan di BJB Syariah Cirebon, dari hasil deskripsi variabel teknologi perbankan bahwasannya teknologi perbankan di BJB syariah sudah cukup baik berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner sebagian besar responden menjawab setuju pada pernyataan-pernyataan positif mengenai teknologi perbankan yang ada di BJB syariah Cirebon.
2. Gambaran kepuasan nasabah di BJB Syariah Cirebon, dari hasil deskripsi variabel kepuasan nasabah bahwasannya kepuasan nasabah di BJB syariah sudah

cukup baik berdasarkan dari hasil penyebaran kuesioner sebagian besar responden menjawab setuju pada pernyataan-pernyataan positif mengenai kepuasan nasabah yang ada di BJB syariah Cirebon.

3. Pada uji t variabel teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah bank Jabar Banten Syariah Cirebon, sebagai berikut: Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi perbankan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Jabar Banten syariah Cirebon. Berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar 11,688 dan t_{tabel} 2,021. Maka diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ (11,688 > 2,021).

Hasil penelitian ini menghasilkan beberapa implikasi manajerial bagi pihak perbankan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan mengenai dimensi ATM dilihat dari presentase katagori oprasional variabel dapat diketahui bahwasannya pada pernyataan no 4 Pada kuesioner yang di sebar mengenai nasabah selalu memperoleh bukti cetak transaksi setelah melakukan transaksi pada mesin ATM mempunyai persentase tidak setuju yang lebih tinggi dari pernyataan yang lain dengan nilai persentase 9,5%. Maka dari itu diharapkan pihak bank untuk memperhatikan dan mengecek kertas struk pada mesin ATM agar kertas yang digunakan untuk bukti transaksi nasabah selalu tersedia pada mesin ATM dan tidak kehabisan, sehingga nasabah akan selalu mendapatkan bukti cetak transaksi ketika menggunakan teknologi ATM.
2. Pada dimensi teknologi EDC dilihat dari presentase katagori oprasional variabel dapat diketahui bahwasannya pernyataan no 13 pada kuesioner mengenai menjaga data nasabah nasabah pada saat berbelanja mempunyai persentase tidak setuju yang lebih tinggi dari pernyataan yang lain dengan nilai persentase 9,5%. Maka dari itu diharapkan pihak bank menjaga kerahasiaan data nasabah pada

saat melakukan transaksi di pusat-pusat perbelanjaan an mengkoordinir pusat perbelanjaan untuk ikut sertavmerahasikan data nasabah pada saat melakukan transaksi di pusat-pusat perbelanjaan.

3. Pada dimensi teknologi mobile banking dilihat dari presentase katagori oprasional variabel dapat diketahui bahwasannya pernyataan no 17 Pada kuesioner yang di sebar mengenai nasabah bahwasannya mobile banking lebih efesien karena bisa dilakukan kapan dan dimanapun selama 24 jam dengan menggunakan smarphone. Mempunyai persentase tidak sangat setuju dengan nilai persentase 2,4% dengan alasan mobile banking kadang mengalami eror atau jaringan yang kurang bagus, sehingga akses 24jam mobile banking tidak berjalan lambat. Maka dari itu diharapkan pihak bank untuk memperhatikan sistem aplikasi mobile banking agar lebih sistem aplikasi mobile banking dapat bekerja dengan lebih baik lagi.
4. Untuk pihak bank untuk melengkapi terknologi perbankan lainnya, seperti internet banking, semoga kedepannya bank Jabar banten menyediakan internet banking agar pelayanan terhadap nasabah lebih di maksimalkan dan lebih memberikan kepuasan terhadap nasabah.
5. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan pembahasan lebih mendalam mengenai teknologi perbankan terhadap kepuasan nasabah, agar dapat lebih meningkatkan generalisasi penelitian.

Daftar Pustaka

- Asnawi, Nur dan Masyhuri. *Metodologi Riset Menejemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2001.

- Daniel, Moehar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Editorial jurnal hukum bisnis, *E-Commerce meningkatkan efisiensi*. Jurnal hukum bisnis vol18. Maret 2002
- Hasan, Ali. *marketing bank syariah*, jakarta:ghalia indonesia, 2010.
<http://bjbsyariah.co.id/> (Di akses pada tanggal 25 maret 2017, pada pukul 19.15 WIB)
<http://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/16581/16573>(diakses pada tanggal 1 Nopember 2016, pukul 20.35 WIB)
- Irianto, Agus. *STATISTIK: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2006.
- Karomillah, Mila. *Pengaruh layanan E-banking terhadap kepuasan nasabah*. Jakarta: UIN Syarifhidatullah, 2015.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: Rajawali pres 2013.
- Kasmir. *Menejemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali press 2012.
- Kotler, Philip dan Amstronge, Gary. *Dasar-dasar pemasaran*. Jakarta: PT indeks kelompok gramedia, 2005.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Edisi Keempat*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Narbuko, Cholid dan Ahmadi, Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007.
- Nasution, M.N. *Manajemen mutu terpadu*. Bogor: ghalia indonesi,2001.
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Metode penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka cipta, 2012.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Prayitno. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Priyatno, Dwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Ridwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, Dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Santoso, Singgih. *Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002.
- Sekaran. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keepat. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sharma, M. C., and Abhinav Sharma. "Role of Information Technology in Indian Banking Sector." *International Journal in Multidisciplinary and Academic Research* 2.1 (2011): 1-12.
- Siregar, Sofiyan. *Statistik parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikai SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Tjiptono, Fandi. *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. yogyakarta: Andi offset, 2000.
- Wanandi. *pengaruh persepsi kebermanfaatan,keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan online banking*. yogyakarta: UNY, 2014.
- Widiastuti, Berlian. *Intensitas penggunaan electronic banking*. semarang: Universitas diponogoro, 2010.
- Widiyono, Try. *Aspek Hukum Oprasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2006.
- Wijaya, Amin. *manajemen pemasaran kontemporer*. Jakarta: harvarindo, 2003
- Yuliarmi, Nyoman. *Analisis yang mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan*. Denpasar: unversitas udayana, 2007.