

Pengaruh *Self Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah

Wihayatun Hasanah¹, Fajri Ryan Isnandar²

¹Perbankan Syariah dan Universitas Islam 45

²Perbankan Syariah dan Universitas Islam 45

Corresponding Author E-mail address: wihayatun0901@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to explain the influence of Self Service Technology on the satisfaction of customers of Sharia Commercial Banks. The variables used in this study are two independent variables, X1 ATM and X2 Mobile Banking. The method used is a quantitative method with data collection through the distribution of questionnaires to customers of Sharia Commercial Banks who use Self Service Technology. The sampling technique used in this research is purposive sampling, with a sample size of 100 respondents. The focus of this research is on students of Universitas Islam 45 Bekasi who have accounts in Sharia banks and use Self Service Technology. Instrument testing is conducted using validity and reliability tests. Data analysis is performed using classic assumption tests and hypothesis testing with multiple linear regression. The results of this study indicate that ATM and Mobile Banking services have a positive impact on the satisfaction of customers of Sharia Commercial Banks. This is because customers who use ATM services usually use them for cash withdrawals, while Mobile Banking is commonly utilized for transactions other than cash withdrawals because it can be done anywhere and anytime.

Keywords: Self Service Technology, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Customer Satisfaction

INTRODUCTION

Penggunaan teknologi informasi perbankan mempermudah kegiatan operasional dan pelayanan kepada nasabah dan masyarakat luas, sehingga teknologi menjadi sarana penting

bagi setiap bisnis atau instansi, terutama bank, untuk memaksimalkan kinerjanya (Hasnati, 2019; Purmianti & Fahlevi, 2022; Putra, 2022). Pada sektor keuangan pula mengalami perkembangan inovasi baru teknologi untuk memudahkan kegiatan perbankan (Khoiriyah et al., 2022; Yasir Tsany et al., 2022). Dari perkembangan ini, dunia perbankan di Indonesia lebih fokus pada pelayanan individu (*customer banking*). Oleh karena itu, bank harus terus berinovasi dan berkreaitivitas dalam meluncurkan produk dan layanan baru yang dapat diterima oleh nasabah. Bank juga berupaya meningkatkan berbagai fasilitas, fungsi, dan kenyamanan untuk memastikan kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan syariah (Ardyansyah, 2023; Samsuki & Durrotun Nafisa, 2024).

Perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi layanan perbankan dengan memperkenalkan digitalisasi, seperti *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *Mobile Banking*. Media sosial digunakan sebagai alat pemasaran untuk produk digital dengan tujuan meningkatkan kenyamanan nasabah. ATM dan *Mobile Banking* dikenal sebagai *Self Service Technology (SST)* dalam sektor perbankan, memungkinkan konsumen untuk mendapatkan layanan tanpa ketergantungan pada karyawan. Konsep *Self Service Technology (SST)* muncul karena perusahaan ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan inovasi. SST dapat diterapkan di berbagai industri dengan syarat perusahaan menyediakan teknologi yang dibutuhkan dan tersedia di pasaran (Schmid et al., 2021; Siregar & Pradesyah, 2023).

Eksistensi *Self Service Technology* memiliki dampak besar terhadap perilaku konsumen. Terjadi pergeseran dari perilaku konsumen yang melakukan transaksi secara konvensional menuju perilaku digital. Layanan digital yang ditawarkan oleh bank melalui *Self Service Technology*, seperti ATM memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara otomatis melalui mesin ATM menggunakan kartu (Arnita et al., 2023; Azizah, 2022; Syaban & Arman, 2022).

Layanan ATM di Indonesia mencerminkan kemajuan teknologi dan sektor perbankan sebagai bagian utama dari transformasi digital. Keberadaan ATM memungkinkan akses perbankan mandiri, meskipun juga penting untuk terus mengembangkan infrastruktur ATM dengan memperhatikan keamanan siber, pembaruan teknologi, dan pengalaman pengguna yang baik untuk meningkatkan efektivitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan di era digital. Inovasi terus berkembang dengan adanya *Mobile Banking* yang bertujuan meningkatkan layanan perbankan bagi kenyamanan nasabah (Abdul Majid & Sardiana, 2023; Putra et al., 2023). Masyarakat beralih ke layanan digital karena transaksi tanpa uang tunai lebih mudah

dan aman (Fitria et al., 2021). Layanan *Mobile Banking* dalam sektor perbankan syariah di Indonesia mencerminkan konvergensi antara teknologi digital dan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam implementasinya, perbankan syariah merancang aplikasi *Mobile Banking* dengan memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah, termasuk ketentuan keuangan yang sesuai dengan hukum Islam (fiqh muamalah). Meskipun demikian, tantangan utama dalam pengembangan *Mobile Banking* di sektor ini melibatkan pemenuhan aspek kepatuhan syariah, terutama dalam hal pemrosesan transaksi dan pengelolaan risiko yang memadai. Perlu ditekankan bahwa penggunaan teknologi harus selaras dengan nilai-nilai etika dan moral yang diakui dalam konteks perbankan syariah (Triyanti et al., 2021).

Self Service Technology (SST) berkembang karena adanya tuntutan akan layanan yang mempermudah dan mempercepat operasional serta transaksi perbankan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Tujuan utama bank adalah menciptakan dan mempertahankan nasabah. Dalam persaingan yang semakin ketat di dunia perbankan, setiap bank harus memberikan pelayanan prima dan memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah dengan cara yang lebih memuaskan daripada pesaingnya (Imran et al., 2023; Nurzaqiah et al., 2024).

Bank syariah wajib memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaingnya untuk menciptakan kepuasan nasabah, terutama mahasiswa, dengan menggunakan *Self Service Technology* (SST) agar transaksi sehari-hari dapat dilakukan tanpa perlu mengantri di bank. Kepuasan nasabah diukur dari kualitas produk dan layanan yang diminta, oleh karena itu bank mengutamakan kualitas layanan (Fauzi & Putra, 2020; Gultom et al., 2020). Faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan adalah harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan (Bangko et al., 2024). Nasabah selalu menilai layanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan atau keinginan mereka. Faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan yang menjadi dasar kepuasan pelanggan. Kualitas layanan perbankan syariah tentu berbeda dengan layanan konvensional, dan saat ini kualitas layanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah masih dalam tahap perkembangan dibandingkan dengan layanan konvensional. Menciptakan loyalitas nasabah terhadap perusahaan merupakan kunci utama dalam menciptakan kepuasan nasabah (Fikri et al., 2016).

Dikutip dari Detik News (2022) bank digital tidak hanya membantu nasabah dalam proses transaksi uang pada pihak lain seperti yang biasa dilakukan pada layanan ATM, tetapi *Mobile Banking* juga menawarkan berbagai fitur yang dibutuhkan oleh nasabah dalam

kehidupan sehari-hari. Fitur-fitur tersebut mencakup kemampuan untuk bertransaksi dengan online shop, pembelian pulsa, dan beragam fitur lainnya yang tentunya sangat bermanfaat.

Salah satu universitas yang mengadopsi berbagai layanan digital yang disediakan oleh Bank Syariah adalah Universitas Islam 45 Bekasi. Universitas Islam 45 Bekasi memiliki 7 Fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Fakultas Agama Islam (FAI), Fakultas Pertanian (Faperta), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Teknik (FT), dan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa (FKSB). Kini, Universitas Islam 45 Bekasi memberikan layanan transaksi yang lebih baik dengan menggunakan ATM dan *Mobile Banking* sebagai salah satu metode transaksi antara mahasiswa dan pihak kampus. Dalam penggunaan layanan bank syariah, mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi lebih dominan menggunakan Bank Syariah Indonesia, Bank Bukopin Syariah, dan BCA Syariah.

Universitas Islam 45 Bekasi merupakan Universitas Islam di wilayah Bekasi, di mana mahasiswa menjalani pendidikan dalam lingkungan yang kental dengan nilai-nilai Islam. Sebagai hasilnya, mahasiswa UNISMA Bekasi sering aktif menggunakan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, peneliti ingin mengidentifikasi mahasiswa UNISMA Bekasi sebagai target yang strategis bagi bank syariah, guna memperluas jangkauan pengembangan produk serta menjadi potensi yang signifikan bagi institusi perbankan syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah, terutama di kalangan mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi. Mayoritas responden berpendapat bahwa penggunaan ATM dan *Mobile Banking* bank syariah sangat efektif dalam bertransaksi dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini memberikan gambaran lebih lanjut mengenai preferensi dan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan syariah, serta faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan mereka dalam menggunakan jenis layanan tertentu. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul Pengaruh *Self Service Technology* (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah, dengan tujuan untuk mengukur seberapa pengaruhnya *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah Bank Umum Syariah.

RESEARCH METHOD

Metode penelitian dalam mengukur seberapa pengaruhnya *Self Service Technology* (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah menggunakan metode kuantitatif

(Firmansyah & Masrun, 2021). Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari hasil kuesioner dan data sekunder bersumber dari jurnal penelitian terdahulu dan referensi buku-buku. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap nasabah dari Bank Syariah Indonesia, Bank Bukopin, BCA Syariah yang berada di Universitas Islam 45 Bekasi. Analisis data kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda melalui uji asumsi klasik yaitu normalitas, multikolinieritas, serta uji hipotesis melalui uji simultan (uji f) dan uji parsial (uji t). Dalam konteks penelitian ini, *Self Service Technology* (SST), yang mencakup teknologi layanan mandiri seperti ATM dan mobile banking dianggap sebagai variabel independen, sementara kepuasan nasabah adalah variabel dependen yang ingin dijelaskan atau diprediksi. Tujuan utama dari analisis regresi berganda ini adalah untuk mengetahui sejauh mana SST memengaruhi tingkat kepuasan nasabah Bank Umum Syariah secara keseluruhan dan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing komponen SST (ATM dan mobile banking) terhadap kepuasan nasabah.

RESULTS & DISCUSSION

Hasil Penelitian

Uji normalitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data yang digunakan dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak (Barlian, 2016; Fitria et al., 2021; Putra & Hasanah, 2018). Dalam konteks penelitian tentang pengaruh *Self Service Technology* (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah, uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dari responden mengenai SST dan kepuasan nasabah tidak terdistorsi dan dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan teknik-teknik statistik parametris, seperti pada tabel berikut.

Tabel 1. Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.7653509
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.086
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

Hasil penelitian pada tabel 1 dapat dilihat variabel membuktikan bahwa hasil nilai signifikansi pada Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,062 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,062 > 0,05$) yang berarti data berdistribusi normal. Distribusi normal menjadi asumsi dasar dalam banyak metode analisis statistik karena banyak teknik statistik, termasuk analisis regresi, yang lebih valid dan dapat diandalkan ketika data mengikuti distribusi normal.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.366	1.015		4.300	.000		
ATM	.356	.076	.534	4.680	.000	.235	4.258
M-Banking	.228	.079	.331	2.907	.005	.235	4.258

Hasil perhitungan nilai toleransi pada tabel 2 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang nilai toleransinya lebih besar dari 0,1 sehingga menunjukkan tidak adanya hubungan antar variabel independen. Perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) menghasilkan kesimpulan yang sama yaitu tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Akibatnya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji normalitas dan uji multikolinieritas bahwa data yang digunakan dalam penelitian sudah memenuhi asumsi dasar analisis regresi.

Tabel 3. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	952.036	2	476.018	115.275	.000 ^b
	Residual	400.554	97	4.129		
	Total	1352.590	99			

Berdasarkan tabel diatas dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa nilai signifikansi $<0,001$. Dengan nilai signifikansi ini memenuhi kriteria kurang dari $<0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa variabel ATM, *Mobile Banking* secara kolektif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank umum syariah.

Tabel 4. Hasil Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Keputusan
ATM	4,680	1,9849	Berpengaruh
<i>Mobile Banking</i>	2,907	1,9849	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa variabel ATM menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,680 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,9849. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial ATM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, variabel *Mobile Banking* menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,907 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,9849 yang menyatakan bahwa variabel *Mobile Banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menghasilkan nilai F hitung $115,275 > F$ tabel 2,07 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima. Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa kedua variabel ATM dan *Mobile Banking* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terlihat pada jawaban responden pada penelitian ini, dimana rata-rata responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap setiap item pertanyaan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa ATM dan *Mobile Banking* secara silmutan berkontribusi secara positif terhadap tingkat kepuasan nasabah bank umum syariah.

Pengaruh Self Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Umum Syariah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diuraikan dari analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya menghasilkan bahwa keberadaan ATM secara positif dan signifikan memengaruhi kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai dari t hitung $4,680 > t$ tabel 1,9849 dan nilai Sig $0,00 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel ATM mengalami peningkatan, maka variabel kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan dan sebaliknya. Kepuasan nasabah dapat dikaitkan dengan ketersediaan fasilitas ATM yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi perbankan secara personal tanpa perlu antri di kantor atau bergantung pada bantuan karyawan. Pentingnya lokasi juga menjadi pertimbangan utama bagi nasabah, dengan keamanan terjamin melalui keberadaan kamera CCTV di setiap lokasi mesin ATM. Selain itu, kebersihan dalam lokasi

ATM turut berperan penting dalam menciptakan rasa nyaman bagi nasabah, hal tersebut dapat didukung dengan adanya fasilitas kebersihan seperti tempat sampah, AC, dan pengharum ruangan yang tersedia di setiap lokasi dari mesin ATM tersebut.

Penggunaan ATM sebagai salah satu bentuk SST telah terbukti memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan, seperti penarikan tunai, transfer, cek saldo, dan pembayaran. Dengan kemudahan akses di berbagai lokasi dan jam operasional yang lebih fleksibel, ATM memungkinkan nasabah untuk mengelola kebutuhan perbankannya secara mandiri dan tanpa batasan waktu. Pengaruh positif ATM terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan dengan meningkatnya efisiensi dan kenyamanan, karena nasabah tidak perlu mengantri atau menunggu lama di kantor cabang. Selain itu, semakin banyak fitur yang ditawarkan oleh ATM, seperti pembayaran tagihan atau pembelian, dapat meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan hasil bahwa *Mobile Banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berpengaruh positif dapat diartikan bahwa saat variabel *Mobile Banking* mengalami peningkatan, maka variabel kepuasan juga akan mengalami peningkatan, begitu sebaliknya. Kemudian dapat dijabarkan bahwa kepuasan nasabah terjadi akibat adanya rasa puas yang dirasakan setelah mengoperasikan fasilitas *Mobile Banking* dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi yang dapat dilakukan secara cepat, efektivitas, dan efisiensi. Selain itu, faktor-faktor seperti konsistensi, ketergantungan, dan ketepatan waktu juga diakui sebagai elemen penting yang berkontribusi pada kepuasan nasabah.

Mobile banking menawarkan kenyamanan lebih lanjut dengan memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat seluler mereka kapan saja dan di mana saja. Aplikasi mobile banking yang *user-friendly* dan aman memberikan kemudahan transaksi seperti transfer antar bank, pembelian pulsa, pengecekan saldo, bahkan investasi dan pembukaan rekening secara online. Hal ini memberi kemudahan bagi nasabah untuk mengelola keuangan mereka secara lebih fleksibel. Kemudahan dan kecepatan akses layanan melalui mobile banking yang dapat dilakukan di rumah atau di tempat lain membuat teknologi ini semakin menarik bagi nasabah yang menginginkan kenyamanan dan kepraktisan.

Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa baik penggunaan ATM maupun mobile banking memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah nasabah mengakses layanan perbankan melalui teknologi mandiri, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka. Penggunaan SST seperti ATM dan mobile banking memungkinkan nasabah untuk merasakan kemudahan, kenyamanan, dan kecepatan dalam melakukan transaksi, yang pada gilirannya meningkatkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank. Selain itu, adanya inovasi teknologi yang terus berkembang di dunia perbankan juga dapat meningkatkan loyalitas nasabah, karena mereka merasa diperhatikan dan diberikan fasilitas yang memudahkan kehidupan finansial (Muliadi, 2022). Dengan semakin banyaknya fitur dan layanan baru yang ditawarkan melalui ATM dan *mobile banking*, nasabah cenderung merasa lebih puas dan lebih terikat dengan bank yang mereka pilih.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian penelitian yang telah dilakukan oleh Arnita et al., (2023) terkait pengaruh *self service technology* terhadap kepuasan nasabah penggunaan layanan digital (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia) yang menyatakan bahwa layanan ATM dan *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia. Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua fasilitas dari *self service technology* semua berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kehadiran SST mempermudah nasabah dalam menjalankan berbagai aktivitas perbankan tanpa terikat oleh kendala waktu dan tempat. Selain itu kehadiran SST juga memberikan peluang bagi nasabah untuk terus meningkatkan pengetahuan mereka melalui pengoperasian fasilitas SST secara pribadi.

Hasil temuan ini memberikan indikasi bahwa investasi dan pengembangan teknologi layanan mandiri seperti ATM dan mobile banking harus terus diperhatikan. Bank perlu memastikan bahwa sistem dan aplikasi yang digunakan oleh nasabah aman, mudah digunakan, dan selalu diperbarui untuk mengikuti tren teknologi terkini. Selain itu, bank juga perlu melakukan sosialisasi atau edukasi kepada nasabah agar dapat memanfaatkan semua fitur yang tersedia, sehingga kepuasan nasabah dapat terus meningkat. Mengingat pentingnya SST dalam dunia perbankan masa kini, upaya untuk meningkatkan kualitas dan aksesibilitas teknologi ini akan berkontribusi besar terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah bank umum syariah menunjukkan bahwa *Self Service*

Technology melalui ATM dan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kedua teknologi ini memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan nasabah di Bank Umum Syariah. Penemuan ini sejalan dengan pemahaman bahwa dalam era digital saat ini, kehadiran SST seperti ATM dan *Mobile Banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan perbankan dengan lebih mudah, cepat, dan efisien tanpa harus bergantung pada jam operasional kantor atau interaksi langsung dengan petugas bank. Oleh karena itu, pengembangan dan pemanfaatan teknologi perbankan yang lebih baik sangat penting untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah di masa depan.

REFERENCE

- Abdul Majid, R., & Sardiana, A. (2023). Pengaruh Pendapatan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Membayar Zakat (Studi Pada Karyawan Di Kawasan Mega Kuningan). *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(2), 155–169. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v2i2.8052>
- Ardyansyah, F. (2023). Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital Pada Tabungan Easy Wadiah DI BSI KCP Lamongan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 612–624.
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Study Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 72–80.
- Azizah, A. N. (2022). Penentuan Lokasi Atm Bank Syariah Indonesia Menggunakan Metode Fuzzy C Means Di Kabupaten Jember. *Jurnal Matematika Sains Dan Teknologi*, 23(2), 68–79.
- Bangko, U. S., Munadiati, M., Riza, M., & Fahriansah, F. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhi'ah Pada Bank Syariah Indonesia Di KCP Kutacane. *Iltizam : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.35316/iltizam.v2i1.4862>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/aucjd/>
- Detik News. (2022). *Tren Digital di Bank Syariah*. <https://news.detik.com/kolom/d-6489188/tren-digital-di-bank-syariah>
- Fauzi, F., & Putra, P. (2020). Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening di Bank BNI Syariah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah)*, 11(1), 33–41.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa*. 3.
- Firmansyah, M., & Masrun, M. (2021). Esensi perbedaan metode kualitatif dan kuantitatif. *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159.
-

-
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Hasnati, H. (2019). Tanggung Jawab Direksi Terhadap Terjadinya Kredit Macet Pada Perbankan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. *Soumatara Law Review*, 2(1), 79–93.
- Imran, A. F., Bado, B., & Solikhatun, I. (2023). Banking Digitalization through Self-Service Technology toward Customer Behavior at Bank Syariah Indonesia (BSI) Yogyakarta City. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4466–4473.
- Khoiriyah, U., Syam, A. H. B., Larasati, L., Maulana, M. D., & Rahmawati, R. (2022). Analisis Profitabilitas Bank Syariah Swasta di Indonesia sebelum dan Sesudah Covid-19 (Dengan Menggunakan Metode Horizontal). *Shafin: Sharia Finance and Accounting Journal*, 2(1), 21–33.
- Muliadi, S. (2022). Determinan Loyalitas Nasabah Bank NTB Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(2), 184–199.
- Nurzaqiah, N., Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., & Edy, S. (2024). Analisis Manajemen Risiko Keamanan Self-Service Technology Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3564–3578.
- Purmianti, A. T., & Fahlevi, R. (2022). Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Batara iB Pada Bank BTN Syariah. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 84–100. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i1.5665>
- Putra, P. (2022). Does Firm Size, Leverage and Profitability Effect On Coefficient Earnings Response (ERC) with Islamic Social Reporting (ISR) As Intervening Variable? *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1103–1114.
- Putra, P., & Hasanah, M. (2018). Pengaruh Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Dan Ijarah Terhadap Profitabilitas 4 Bank Umum Syariah Periode 2013-2016. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 14(2), 140–150. <https://doi.org/10.33830/jom.v14i2.159.2018>
- Putra, P., Putri, E. I., & Khoiriyah, U. (2023). Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Multimanfaat Ib Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Bank Btn Syariah Kantor Cabang Bekasi). *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(1). <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JE/article/view/18282>
- Samsuki & Durrotun Nafisa. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 4(1), 64–79. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v4i1.630>
- Schmid, M., Brianza, E., & Petko, D. (2021). Self-reported technological pedagogical content knowledge (TPACK) of pre-service teachers in relation to digital technology use in lesson plans. *Computers in Human Behavior*, 115, 106586.
- Siregar, S., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 114–128.
- Syaban, R. N., & Arman, A. (2022). Pengaruh Citra Diri dan Fasilitas ATM Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Nasabahnya. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5816>
-

-
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51–62.
- Yasir Tsany, M. F., Putra, P., & Tirtajaya, M. D. (2022). Analisis Efisiensi Kinerja Unit Usaha Syariah Di Indonesia Dengan Metode Data Envelopment Analysis Dan Rasio Eagles. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(1), 17–33. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i1.5661>