

Pengaruh Digital Banking terhadap PenggunaLayanan Digital Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto

Ubaidillah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto

ubaidubed64@gmail.com

Anggih Dea Pratiwi

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiffudin Zuhri Purwokerto

anggihdeaprtiwi40@gmail.com

Received:	Revised:	Approved:
21 November 2023	26 Desember 2023	31 Desember 2023

Abstract

The rapid development of technology can create fundamental changes in human life. This technological development provides benefits for human life and offers various conveniences in various aspects, including the world of banking. This technological development can certainly be an opportunity in the banking world to take advantage of technological developments to provide services to customers. The use of technology in the banking world is usually referred to as Digital Banking which includes Automatic Teller Machines, Mobile Banking, and Internet Banking. With the existence of digital banking, it is hoped that banks can provide more innovative and efficient services so that customers who use them will have their hopes and goals fulfilled in transactions, so that later they will be loyal or loyal in using this banking service. The purpose of this study is to determine whether Digital Banking services consisting of Automatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking, and Internet Banking affect the loyalty of users of Islamic bank digital services. Furthermore, this study used a quantitative approach. By sampling with purposive sampling technique. The source of the data used is primary data obtained from the results of filling out questionnaires. While the analysis tool used is SPSS 25 using multiple linear regression analysis methods. Based on the results of research and data processing that has been done by researchers, then the results show that the Automatic Teller Machine (ATM) has a significant effect on the loyalty of users of Islamic bank digital services, Mobile Banking has a significant effect on the loyalty of users of Islamic bank digital services, Internet Banking has a significant effect on loyalty of users of Islamic bank digital services.

Keywords: technology development; digital banking; user loyalty

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, dapat menciptakan perubahan pada kehidupan manusia secara mendasar. Perkembangan teknologi ini memberikan manfaat bagi kehidupan manusia serta menawarkan berbagai kemudahan di berbagai aspek, tidak terkecuali pada dunia perbankan. Perkembangan teknologi ini tentu dapat menjadi sebuah peluang pada dunia perbankan dalam memanfaatkan perkembangan teknologi guna pemberian layanan kepada nasabah. Pemanfaatan teknologi pada dunia perbankan biasanya disebut dengan Digital Banking yang meliputi Authomatic Teller Machine, Mobile Banking, dan Internet Banking. Dengan adanya digital banking diharapkan agar perbankan dapat memberikan layanan yang lebih inovatif dan efisien sehingga nasabah yang menggunakan akan terpenuhi harapan dan tujuan dalam bertransaksi, sehingga nantinya akan loyal atau setia dalam menggunakan layanan perbankan ini. Tujuan pada penelitian ini yakni untuk mengetahui apakah layanan Digital Banking yang terdiri dari Authomatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking, dan Internet Banking berpengaruh terhadap loyalitas pengguna layanan digital bank syariah. Selanjutnya penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan pengambilan sampel dengan Teknik purposive sampling. Adapun sumber data yang digunakan yakni data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner. Sedangkan alat analisis yang digunakan yakni SPSS 25 dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan olah data yang sudah dilakukan peneliti, kemudian didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa Authomatic Teller Machine (ATM) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan digital bank syariah, Mobile Banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan digital bank syariah, Internet Banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan digital bank syariah

Kata Kunci: perkembangan teknologi; digital banking; loyalitas pengguna

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman yang kian modern, teknologi dibidang informasi kini mengalami perubahan dan perkembangan dari waktu ke waktu yang sangat cepat dan pesat, dan saat ini telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah untuk mengubah masa depan kehidupan manusia menjadi lebih baik, lebih sederhana, lebih murah, lebih cepat dan lebih aman. Salah satu bentuk teknologi informasi yang mengalami perkembangan signifikan sehingga dapat mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal sebagai internet (Maolina, 2022).

Perkembangan teknologi memunculkan sebuah fenomena pada dunia perbankan yakni adanya tren penutupan kantor cabang bank di berbagai negara. Dilansir dari channel youtube CNBC Indonesia yang dipublikasikan pada 11

November 2019 yang merujuk pada data S&P *Global Market Intelligence*, tren penutupan kantor cabang bank di Amerika Serikat setiap tahun mengalami peningkatan. Berikut data dari Chanel Youtube CNBC Indonesia terkait jumlah kantor yang ditutup di Amerika Serikat (Budiman, 2022).

Tabel 1. Data Penutupan Kantor Cabang Bank di Amerika Serikat

Tahun	Jumlah Kantor yang Ditutup
2012	1.156
2013	1.408
2014	1.393
2015	1.510
2016	1.843
2017	1.919
2018	1.947

Sumber: Chanel Youtube CNBC Indonesia

Di Indonesia juga mengalami fenomena yang sama seperti di Amerika Serikat yakni penutupan kantor-kantor cabang bank. Tren penutupan kantor-kantor cabang bank di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Data Penutupan Kantor Cabang Bank di Indonesia

Tahun	Jumlah Kantor yang Ditutup
2015	32.963
2016	32.730
2017	32.285
2018	31.311
2019	31.311

Sumber: Chanel Youtube CNBC Indonesia

Tren penutupan jumlah kantor cabang yang ada di negara lain maupun di Indonesia saat ini merupakan dampak dari adanya perkembangan teknologi yang berdampak pada pergeseran pola transaksi nasabah. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa tren penutupan kantor cabang bank di Indonesia juga akan merambah hingga ke kantor-kantor cabang bank umum syariah. Industri perbankan dinilai mengalami perubahan signifikan dalam penyediaan layanan, dari yang awalnya hanya mengandalkan transaksi secara langsung dengan datang ke bank, kini nasabah dapat melakukan transaksi secara digital (Budiman, 2020).

Perbankan merupakan salah satu bentuk usaha dibidang jasa yang berperan serta dalam meningkatkan pendapatan nasional. Menurut Undang - Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah ialah lembaga bank yang segala sesuatunya dilakukan dengan memperhatikan ketentuan syariat islam (Sugiana, 2018). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia dinilai masih relatif rendah, dapat dibuktikan dari eksistensi Bank Syariah sendiri yang masih kurang, karena Bank Syariah menguasai pangsa pasar di Indonesia hanya sebesar 4,87% (Ratna, 2016).

Perbankan di Indonesia sejatinya mempunyai masa depan yang cerah apabila dapat memanfaatkan teknologi dengan baik. Dalam dunia perbankan, teknologi digunakan sebagai bentuk media pemasaran, promosi, hingga sebagai alat transaksi. Layanan pada perbankan yang memanfaatkan teknologi disebut dengan *Digital Banking*. Perkembangan teknologi yang saat ini kian pesat mengarahkan perbankan agar lebih meningkatkan layanan dalam bentuk *Digital Banking* (Yasin, et al., 2021). Selain mengikuti perkembangan zaman, adanya *Digital Banking* merupakan sebuah inovasi dalam menghadapi persaingan di dunia perbankan yang kini semakin ketat berlomba-lomba dalam menunjukkan eksistensinya (Budiman, 2022).

Digital Banking meliputi layanan seperti *Authomatic Teler Machine* (ATM), *MobileBanking*, dan *Internet Banking*. Ketiga layanan tersebut sering dikenal dengan dikenal sebagai *Self-Service Technology* (SST). *Self-Service Technology* (SST) merupakan perantara dalam bidang teknologi yang memberi kesempatan pada nasabah untuk menyediakan layanan mereka secara mandiri bergantung kepada karyawan yang ada (Sasongko, 2020).

Authomatic Teler Machine (ATM), merupakan mesin transaksi yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi secara otomatis meskipun dihari libur, karena mesin ATM ini memberikan layanan 24 jam selama 7 hari. *Authomatic Teler Machine* (ATM) Dalam pengoperasionalannya membutuhkan kartu ATM, kartu ATM ini berfungsi untuk mengoperasionalkan mesin ATM. Di dalam mesin ATM mempunyai banyak fitur yang bermanfaat bagi nasabah ketika hendak bertransaksi. Internet banking di Indonesia pertama kali dirintis oleh Bank Papan Sejahtera (Sumarsono, et al., 2020).

Internet banking merupakan bentuk pelayanan kepada nasabah agar dapat melakukan komunikasi, memperoleh informasi, serta melakukan transaksi dengan bantuan jaringan internet. Fitur-fitur pada *Internet banking* yaitu meliputi informasi terkait jasa atau produk perbankan, transaksi pemindah buku rekening, informasi saldo rekening, fitur transfer ke bank lain, dan sebagainya (Imelda, 2020). *Mobile banking* merupakan salah satu bentuk inovasi perbankan yang digunakan untuk memfasilitasi kegiatan nasabah agar dapat memberi kemudahan dan

kenyamanan dalam bertransaksi. Nasabah tentu dapat menggunakan layanan mobile banking selama 24 jam sehari, tanpa perlu beranjak kemanapun. Nasabah dapat mengakses berbagai macam fitur yang tersedia pada layanan mobile banking sehingga dapat mempermudah pengguna layanan digital dalam bertransaksi (Sumarsono, et al., 2020).

Pada penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada generasi milenial yang mana generasi ini dianggap sebagai pasar masa depan bagi dunia perbankan. Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi, sehingga tentunya generasi ini sudah tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi (Maolina, 2022).

Layanan digital menjadi pilihan logis kekinian yang dibutuhkan oleh para generasi milenial saat ini, untuk menunjang segala aktivitas transaksional seperti berbelanja online, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transfer antar bank agar lebih efektifitas dan efisien. Mahasiswa juga difasilitasi dalam hal pembayaran uang kuliah tunggal (UKT), karena kini telah banyak perguruan tinggi yang melakukan kerjasama dengan perbankan. Hal tersebut tentu dapat memudahkan mahasiswa, karena transaksi dapat dilakukan secara online melalui layanan *digital banking* yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

Layanan *digital banking* pada perbankan tentu diperlukan bagi beberapa orang, karena pada kesehariannya manusia tidak dapat terlepas dari berbagai bentuk transaksi. Mengingat kini mobilitas masyarakat yang sangat tinggi dapat berpengaruh pada berkurangnya tingkat kunjungan nasabah ketika hendak bertransaksi dengan datang secara langsung ke bank, hal ini kemudian menjadi pilihan bagi bank dalam menggunakan perkembangan teknologi guna mendukung kegiatan operasional perbankan secara efektif dan efisien. *Digital Banking* mampu memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan layanan yang nasabah harapkan dan inginkan sehingga nantinya nasabah tersebut akan loyal pada bank.

Loyalitas nasabah menjadi faktor yang penting pada sektor perbankan. Nasabah yang mempunyai loyalitas tidak akan segan untuk menyebarkan kabar baik terkait dengan produk dari suatu bank yang telah digunakan oleh nasabah. Menjaga nasabah yang mempunyai loyalitas tentu menjadi pilihan yang penting bagi bank, karena mencari dan mendapatkan nasabah yang baru bukanlah hal yang mudah dilakukan (Akhtar, et al., 2015).

Loyalitas nasabah tidak dapat diperjual belikan, tidak bisa dipaksakan, loyalitas nasabah dapat muncul ketika nasabah telah menggunakan produk atau jasa tersebut. Adanya loyalitas sendiri bukan semata-mata karena agar mendapatkan keuntungan dari segi finansial, namun agar memiliki nasabah yang

setia. Agar loyalitas dapat tercipta, maka pihak perbankan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan dapat memenuhi kebutuhan transaksional nasabah, sehingga berdasarkan hati nurani nasabah timbul sebuah loyalitas dalam bentuk penggunaan layanan transaksi secara berulang.

Berdasarkan dari uraian di atas, penelitian ini diuraikan berdasarkan landasan teori berikut.

Digital Banking

Digital banking merupakan suatu aktifitas yang dilakukan bank untuk mengotomatisasi proses menggunakan teknologi terbaru yang modern melalui layanan berbasis internet yang mencakup API (*Application Programming Interface*) yang memerlukan komposisi layanan antar perusahaan. *Digital banking* merupakan suatu bentuk dari unit bisnis yang menawarkan kegiatan perbankan secara lengkap yang tersedia secara online yang sebelumnya hanya tersedia secara offline di kantor bank. Sebagai alternatif lain, perbankan digital menawarkan fasilitas pengiriman cepat produk layanan perbankan secara langsung ke nasabah secara interaktif melalui saluran komunikasi elektronik berbasis internet (Wijaya, 2021).

Digital Banking merupakan sebuah inovasi yang dapat diciptakan perbankan untuk menghadapi persaingan di dunia perbankan yang kini saling bersaing dalam menunjukkan eksistensinya. *Digital Banking* mencakup layanan *Authomatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking* dan *Internet Banking*.

Automatic Teller Machine (ATM) merupakan mesin otomatis yang dipasang di dalam ataupun di luar kawasan perbankan, yang dapat menyediakan dana dan mengeluarkan uang yang diperlukan nasabah serta mengatur macam-macam transaksi di bank yang sedang berlangsung. (Ramadhanti, et al., 2020).

Adapun berikut Indikator dari layanan *Automatic Teller Machine* (ATM): wujud fisik adalah kesanggupan dari perusahaan dalam memperlihatkan keberadaannya kepada pihak lain, guna memberikan fakta yang sesungguhnya atas layanan yang disediakan pihak perbankan; ATM memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah, pelayanan yang diberikan yakni berupa konsultasi dan biaya administrasi lainnya; tanggapan dari petugas pelayanan terhadap keluhan nasabah, umpan balik petugas dan kritik dari nasabah; nasabah mendapatkan fasilitas yang dapat memberikan rasa nyaman serta keamanan; dan mengetahui keperluan dan yang dibutuhkan nasabah (Husna, 2019).

Mobile banking ialah fasilitas perbankan yang dapat diakses oleh pengguna layanan digital perbankan dalam transaksi secara finansial secara *real time* yang mempunyai kemudahan akses, kecepatan serta ketepatan dalam memperoleh informasi aktual. Nasabah dapat mengakses layanan digital *mobile banking* melalui *smartphone* (Handphone) yang dilengkapi dengan teknologi GPRS (Maulana, et al.,

2018).

Adapun berikut Indikator dari layanan *Mobile Banking*: mudah dipelajari sehingga dapat dengan mudah dioperasikan dan digunakan; keinginan yang hendak diakses pengguna dapat diakses dengan mudah dan cepat; mengembangkan kemampuan nasabah dalam menggunakan layanan (Lailiah, 2021).

Internet banking ialah program layanan perbankan yang memiliki fitur yakni dapat memberikan akses infromasi kepada nasabah, memudahkan nasabah berkomunikasi serta bertransaksi perbankan secara digital yang diakses dengan internet (Arif & Masdupi, 2020).

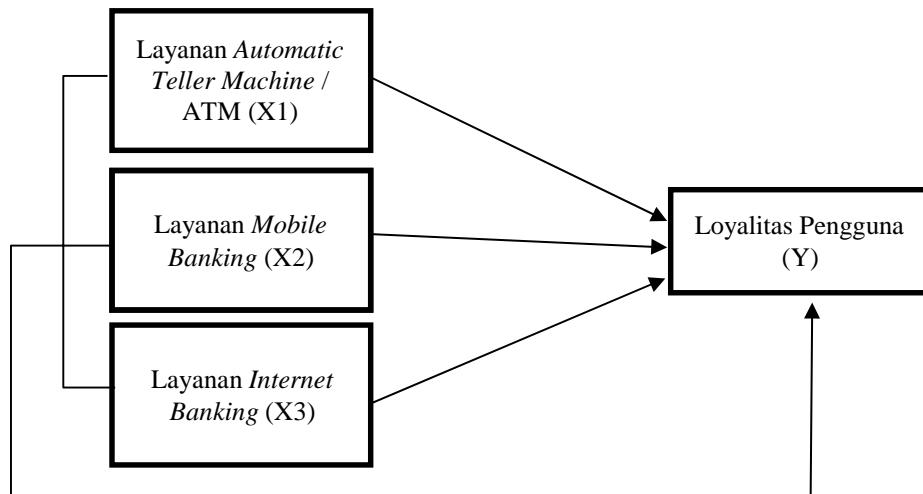
Menurut Lupiyoadi berikut Indikator dari layanan *Internet Banking*: layanan memiliki desain mudah dipahami, variatif, serta deskriptif; keakuratan sumber informasi serta transaksi perbankan; layanan internet banking yang memiliki keamanan yang canggih; teknologi internet pada dunia perbankan dapat mempercepat transaksikeuangan nasabah; layanan internet banking memberikan kemudahan serta kenyamanan dalambertransaksi (Lailiah, 2021).

Loyalitas Pengguna

Kotler dan *Keller* (2007) mengatakan bahwa loyalitas pengguna atau nasabahyakni sebuah rasa yang muncul dari seorang nasabah baik itu rasa senang ataukecewa yang tercipta dari hasil perbandingan produk ataupun jasa yang digunakantealah sesuai harapan atau belum (Darmeinis & Yenny, 2022). Loyalitas pengguna sudah menjadi konsep sentral dalam hal berbisnis dan manajemen. Nasabahsebagai pengguna layanan digital merupakan fokus utama terkait dengan loyalitas.Loyalitas pengguna sebagai nasabah merupakan hal terpenting bagi suatu bank dimana loyalitas dapat menjadi tolak ukur bagi keberhasilan suatu bank dalamproses pelayanannya. Tolak ukur loyalitas nasabah ini dapat dilihat dari ekspresiloyalitas bisa dilayani dengan baik oleh petugas bank, respon nasabah setelahmenggunakan layanan atau mendapat pelayanan tersebut, dan respon merekomendasikan hal yang telah dirasakan kepada orang lain.

Menurut Griffin (2005) berikut indikator untuk mengukur tingkat loyalitas dari nasabah, yakni: melakukan pembelian produk secara terus menerus; merekomendasikan pada pengguna lain; pembelian dilakukan pada lini produk dan jasa.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir diatas, dapat disimpulkan bahwa Layanan *Authomatic Teller Machine / ATM* (X1), Layanan *Mobile Banking* (X2), dan Layanan *Internet Banking* (X3), memiliki keterkaitan secara parsial dengan Loyalitas Pengguna (Y), serta bahwa Layanan *Authomatic Teller Machine / ATM* (X1), Layanan *Mobile Banking* (X2), dan Layanan *Internet Banking* (X3) mempunyai hubungan yang terkait dengan Loyalitas Pengguna (Y).

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian bersifat objektif, penelitian kuantitatif digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel, dimana dalam mengumpulkan datanya diperlukan alat penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016).

Penelitian kuantitatif dalam penelitian ini untuk mengukur seberapa berpengaruh layanan Digital Banking yang meliputi *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking* dan *Internet Banking* terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto sebagai pengguna layanan digital bank syariah.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto yang meliputi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman Purwokerto dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penelitian dilakukan pada bulan November 2022 – Mei 2023.

Populasi, Sampel dan Kriteria Responden

Populasi pada penelitian ini berjumlah 7.739 mahasiswa yang merupakan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis jenjang S1 di Purwokerto Tahun Ajaran 2022/2023 meliputi UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman Purwokerto dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto Purwokerto yang menggunakan minimal satu layanan Digital Banking.

Sampel telah diteliti pada UIN. Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto sebanyak 36 mahasiswa, pada Universitas Jendral Soedirman Purwokerto sebanyak 35 mahasiswa dan pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebanyak 29 mahasiswa. Jadi jika ditotal jumlah sampel yang akan diteliti yakni sebanyak 100 mahasiswa.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer, data yang diperoleh dari jawaban kuisioner yang telah diisi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto yang sedang menggunakan maupun yang pernah menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile banking* dan *Internet banking* yang bersedia dijadikan sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui Kuisioner dengan skala likert. Kuisioner disebar menggunakan dua metode yakni secara daring menggunakan *google form* yang di *share* melalui media sosial dan kuisioner dibagikan secara langsung kepada responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden ataupun sumber data terkumpul. Metode analisis data kuantitatif ini kegiatan yakni mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis respondennya, menyajikan data setiap variabel yang telah diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, kemudian data dianalisis menggunakan statistika dengan aplikasi SPSS 25. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan meliputi:

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian. Dimana Ketika suatu kuesioner tersebut dinyatakan valid atau sah jika pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui suatu item pertanyaan dinyatakan valid atau tidak maka dengan

membandingkan antara.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat konsistensi instrument penelitian dalam mengukur variabel secara berulangkali namun tetap menghasilkan informasi atau data yang sama atau sedikit bervariasi (Budiastuti & Bandur, 2018). Teknik yang digunakan dalam pengukuran menggunakan koefisien *cronbach alpha* dengan taraf nyata sebesar 5%. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- $\text{Cronbach Alpha} > 0,70$ maka dikatakan reliabel.
- $\text{Cronbach Alpha} < 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna mengetahui apakah variabel bebas, variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak. Persamaan regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal. Untuk menguji normalitas data dapat digunakan uji statistik *kolmogrov swirnov* (KS).

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* nya. Dimana dengan ketentuan sebagai berikut:

- besarnya nilai *Variance Inflantion Factor* (VIF) ≤ 10 .
- besarnya *Tolerance* $\geq 0,1$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat bias atau tidaknya pada suatu analisis model regresi. Bias yang terdapat pada model analisis regresi berdampak pada estimasi model yang dilakukan menjadi sulit, karena terdapat varian data yang tidak konsisten (Afifah, 2021).

Uji Statistika

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah alat analisis yang digunakan guna mengetahui pengaruh dari digitalisasi perbankan terhadap loyalitas pengguna layanan digital yang dapat dilihat berdasarkan analisis regresi linier berganda. Dimana persamaan regresinya adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

α = Nilai Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Variabel X

X₁ = Authomatic Teller Machine (ATM) X₂ = Mobile Banking

X₃ = Internet Banking

Y = Loyalitas Pengguna

E = Standar Error

Uji Hipotesis**Uji F**

Uji F ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas(X₁, X₂, X₃) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Y). Nilai dasar uji F menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig lebih dari 5% (0,05) maka H₀ diterima.
- Jika nilai sig lebih kecil dari 5% (0,05) maka H₁ diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ini memiliki fungsi yakni mengetahui besarnya variasi variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independent atau juga untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independent (*Automatic Teller Machine, Mobile Banking dan Internet Banking*) terhadap variabel dependen (Loyalitas Pengguna)

Uji T

Uji T merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk melihat bagaimana variabel independen (X₁, X₂, X₃) satu persatu mempengaruhi variabel dependen (Y) (Budiman, 2022). Nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H₀ diterima.
- Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H₁ diterima

Hasil dan Pembahasan**Gambaran Umum Objek Penelitian**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto merupakan upaya pengembangan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994), Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997)

yang berada di Purwokerto kemudian pada tahun 1997-2014 berganti menjadi Sekolah Tinggi Islam Negeri (STAIN) Purwokerto. Pada tahun 2014-2021 beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto. Pada Tanggal 11 Mei 2021 Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto resmi beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto sejauh ini memiliki 5 fakultas dengan 21 program sarjana dan 7 program studi pascasarjana serta 1 doctoral dan terdapat program 6 magister yang tersedia. Salah satu fakultas yang menjadi objek penelitian yakni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempunyai jurusan Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah untuk strata satu serta Manajemen Perbankan Syariah untuk program diploma tiga. Lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto berada di Jl. Ahmad Yani No. 40A Purwokerto.

Universitas Jendral Soedirman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman Purwokerto didirikan pada tanggal 9 Oktober 1963 dengan nama Fakultas Ekonomi Unsoed. Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu dari tiga fakultas yang ada yakni Fakultas Pertanian dan Fakultas Biologi yang sudah ada sejak lahirnya Universitas Jendral Sudirman Purwokerto pada tahun 1963. Pusat pembelajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Jendral Sudirman pada awal pendiriannya masih bertempat di Balai Desa Purwokerto Selatan dan Gedung Kesenian Jalan Ragasemangsa 384 Purwokerto. Lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman berada di Jl. Prof. Dr. HR Boenjamin No. 708, Kampus Grendeng Unsoed, Purwokerto, Jawa Tengah.

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto didirikan pada tanggal 1 Juni 1995 bersama tiga fakultas di lingkungan Universitas Muhammadiyah Purwokerto yaitu Fakultas Perikanan, Fakultas Pertanian, dan Fakultas Teknik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada awalnya memperoleh status "Terdaftar" dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No: 345/DIKTI/Kep/1995, dan mulai tahun akademik 1995/1996 Fakultas Ekonomi dan

Bisnis membuka tiga program studi yaitu Program Studi Manajemen S1, Akuntansi S1, dan Akuntansi DIII. Universitas Muhammadiyah Purwokerto berlokasi di Jl. Raya Dukuh Waluh, PO BOX 53182 Kembaran Banyumas Jawa Tengah.

Deskripsi Responden

Responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari jumlah populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto Program S1 sebanyak 7.739 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar *error* yang digunakan, sebesar 10%

Dengan populasi sebesar 7.739 maka jumlah sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{7.739}{1 + 7.739 (0,1)^2} \\ &= \frac{7.739}{1 + 7.739 (0,01)} \\ &= \frac{7.739}{1 + 77,39} \\ &= 98,72 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan yang diperoleh dari rumus solvin, sampel yang akan diteliti yakni berjumlah 98,72 kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Sampel yang diteliti pada penelitian ini yakni mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto yang meliputi 3 universitas. Maka dari itu untuk memperjelas jumlah sampel pada setiap objek yang akan diteliti, peneliti akan menghitung menggunakan rumus berikut:

$$n_i = \frac{N_i \cdot n}{n}$$

Di mana:

n_i = jumlah sampel per tingkat

N_i = jumlah populasi per tingkat

N = Jumlah keseluruhan populasi
n = jumlah anggota sampel seluruhnya

Untuk memperjelas perhitungan jumlah sampel yang akan diteliti pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Perhitungan Jumlah Sampel Penelitian

Nama Universitas	Populasi	Perhitungan		Jumlah Sampel
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto	2766	Ni =	2.766 . 100 = 7.739 36	36
Universitas Jendral Soedirman Purwokerto	2.704	Ni =	2.704 . 100 = 7.739 35	35
Universitas Muhammadiyah Purwokerto	2.269	Ni =	2.269 . 100 = 7.739 29	29
Total				100

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Tabel di atas merupakan hasil perhitungan sampel pada masing-masing objek penelitian yang terdiri dari tiga tempat yakni UIN. Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Tabel tersebut menyajikan cara perhitungan untuk menghitung jumlah sampel yang akan diteliti. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa sampel yang diteliti pada UIN. Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto sebanyak 36 mahasiswa, pada Universitas Jendral Soedirman Purwokerto sebanyak 35 mahasiswa dan pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebanyak 29 mahasiswa. Jadi jika ditotal jumlah sampel yang akan diteliti yakni sebanyak 100 mahasiswa.

Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R. hitung	R. tabel	Keterangan
Authomatic	X1.1	0,738	0, 1966	Valid
Teller Machine	X1.2	0,778	0, 1966	Valid

(ATM)	X1.3	0,715	0, 1966	Valid
	X1.4	0,737	0, 1966	Valid
	X1.5	0,764	0, 1966	Valid
Mobile Banking	X2.1	0,721	0, 1966	Valid
	X2.2	0,703	0, 1966	Valid
	X2.3	0,757	0, 1966	Valid
	X2.4	0,763	0, 1966	Valid
	X2.5	0,618	0, 1966	Valid
Internet Banking	X3.1	0,755	0, 1966	Valid
	X3.2	0,686	0, 1966	Valid
	X3.3	0,770	0, 1966	Valid
	X3.4	0,679	0, 1966	Valid
	X3.5	0,617	0, 1966	Valid
Loyalitas Pengguna	Y1	0,733	0, 1966	Valid
	Y2	0,669	0, 1966	Valid
	Y3	0,677	0, 1966	Valid
	Y4	0,737	0, 1966	Valid
	Y5	0,773	0, 1966	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa a) variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,715 sampai dengan nilai tertinggi 0,778. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1966) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) dapat dinyatakan valid; b) variabel *Mobile Banking* (X2) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,618 sampai dengan nilai tertinggi 0,763. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1966) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Mobile Banking* dapat dinyatakan valid; c) variabel *Internet Banking* (X3) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,617 sampai dengan nilai tertinggi 0,770. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1966) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Internet Banking* dapat dinyatakan valid; dan d) variabel Loyalitas Pengguna (Y) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,669 sampai dengan nilai tertinggi 0,773. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,1966) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel loyalitas

pengguna dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Nilai	Keterangan
Variabel Dependen (X)			
Automatic Teller Machine/ATM (X1)	0,787	0,70	Reliabel
Mobile Banking (X2)	0,759	0,70	Reliabel
Internet Banking (X3)	0,742	0,70	Reliabel
Variabel Independen (Y)			
Loyalitas Pengguna	0,764	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Dari tabel 5 hasil uji reliabilitas diatas menunjukan bahwa Pada variabel *Automatic Teller Machine / ATM* (X1) diperoleh nilai *cronbachalpha* (α) sebesar $0,787 > 0,70$ maka hasil dari variabel *Automatic Teller Machine / ATM* dinyatakan reliabel. Pada variabel *Mobile Banking* (X2) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,759 > 0,70$ maka hasil dari variabel *Mobile Banking* dinyatakan reliabel. Pada variabel *Internet Banking* (X3) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,742 > 0,70$ maka hasil dari variabel *Internet Banking* dinyatakan reliabel. Pada variabel Loyalitas Pengguna (Y) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,764 > 0,70$ maka hasil dari variabel Loyalitas Pengguna dinyatakan reliabel. Dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam penelitianini akan mampu memperoleh data yang konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.41518862
Most	Absolute		.051
Extre	Positive		.051
meDifferences	Negative		-.047
Kolmogorov-Smirnov Z			.051
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas data seperti pada tabel 4.12 diatas, dapat diketahui nilai *Kolmogrov-Smirnov* Test sebesar 0,051 dan *Asymp.sig* sebesar 0,200. Hal tersebut menunjukan bahwa nilai *Asymp.sig* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
ATM (X1)	0,913	1,0 95	Tidak terjadi multikolinearitas
Mobile Banking (X2)	0,772	1,2 95	Tidak terjadi multikolinearitas
Internet Banking (X3)	0,756	1,3 23	Tidak terjadi multikolinearitas

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna^a

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

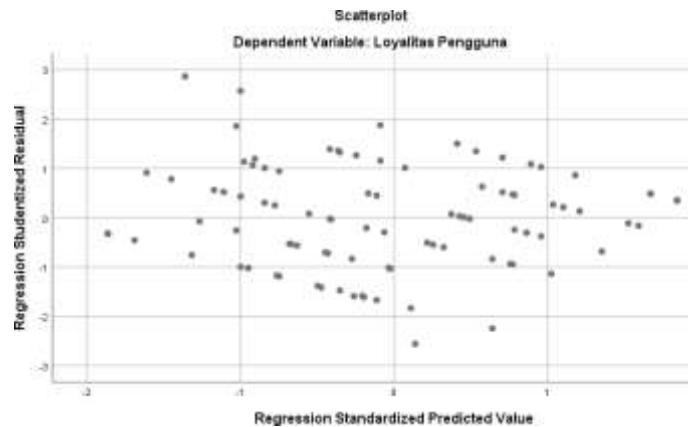
Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwasannya pada variabel *Automatic Teller Machine / ATM* (X1) nilai VIF sebesar $1,095 \leq 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,913 \geq 0,10$ yang artinya variabel *Automatic Teller Machine / ATM* terbebas dari multikolinieritas. Pada variabel *Mobile Banking* (X2) nilai VIF sebesar $1,295 \leq 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,772 \geq 0,10$ yang artinya variabel *Mobile Banking* terbebas dari multikolinieritas. Pada variabel *Internet Banking* (X2) nilai VIF sebesar $1,323 \leq 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,756 \geq 0,10$ yang artinya variabel *Internet Banking* terbebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas yang telah dilakukan serta hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas pada masing-masing variabel bebas (independen), sehingga data pada penelitian layak untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan

varianceresidual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Hasil uji mendandakan tidak terjadi heteroskedastisitas, jika tidak membentuk pola yang jelas (bergelombang, lebar, kemudian menyempit) pada gambar dan titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan pola gambar *Scatterplot*:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dibawah dan disekitar angka nol, titik-titik menyebar dan tidak berkelompok dalam satu pusat, titik-titik menyebar secara acak sehingga tidak terbentuk pola. Maka dari itu dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri dapat terpenuhi sehingga dikatakan bahwa dalam model regresi pengaruh *digital bank* terhadap loyalitas pengguna tidak terjadi masalah heteroskedastisitas sehingga uji asumsi klasik heteroskedastisitas dapat terpenuhi dan dapat berlanjut pada uji berikutnya.

a. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	sig
	B	Std. Error	Beta		
1	4,238	2,565		1.652	.102
	ATM	0,189	0,091	.175	2.075
	<i>Mobile Banking</i>	0,275	0,087	.289	3.144
	<i>Internet Banking</i>	0,347	0,095	.338	3.643

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas dapat dijelaskan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4,234 + 0,189X_1 + 0,275X_2 + 0,347X_3 + e$$

Di mana:

Y = Loyalitas Pengguna

X_1 = Authomatic Teller Machine (ATM)

X_2 = Mobile Banking

X_3 = Internet Banking

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda diatas, dapat dijelaskan yaitu: nilai α sebesar 4,238 merupakan konstanta saat variabel Loyalitas Pengguna belum dipengaruhi oleh variabel yang lainnya yaitu variabel *Automatic Teller Machine / ATM* (X_1), *Mobile Banking* (X_2) dan *Internet Banking* (X_3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Loyalitas Pengguna tidak mengalami perubahan. Nilai koefisien regresi (b_1) yaitu sebesar 0,189 menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pengguna. Nilai koefisien regresi (b_2) yaitu sebesar 0,275 menunjukkan bahwa variabel *Mobile Banking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pengguna. Nilai koefisien regresi (b_3) yaitu sebesar 0,347 menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pengguna.

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Uji F-Statistik (Simultan)

ANOVA					
Model	Sum Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	118,717	3	39,572	19,160	0,000^b
Residual	198,273	96	2,065		
Total	316,990	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna.

b. Predictors: (Constant), Internet Banking, Authomatic Teller Machine, Mobile Banking

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Pada tabel ANOVA diatas, ditemui F_{hitung} didapatkan dari pengujian dengan SPSS, sedangkan F_{tabel} diperoleh dari F_{tabel} itu sendiri dengan menggunakan rumus:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Di mana:

$$\begin{aligned} n &= 100 \text{ (banyaknya responden), k} \\ &= 4 \text{ (variabel penelitian)} \end{aligned}$$

Maka menjadi,

$$\begin{aligned} df_1 &= 4 - 1 \\ df_2 &= 100 - 3 = 97, \text{ dan diperoleh } F_{\text{tabel}} \text{ sebesar } 2,70. \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh hasil bahwa nilai F_{hitung} sebesar 19,160 dengan nilai signifikansi 0,000^b. Nilai F_{hitung} (19,160) lebih besar dari F_{tabel} (2,70) dan Sig. F (0,000^b) lebih kecil dari 5% (0,05) menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel independen yaitu *Automatic Teller Machine* (X_1), *Mobile Banking* (X_2) dan *Internet Banking* (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pengguna, sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh dari ketiga variabel yang telah dikemukakan diatas secara bersama-sama.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,612 ^a	0,375	0,355	1,437

a. Predictors: (Constant), Internet Banking, Authomatic Teller Machine, Mobile Banking
b. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,375, hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* / ATM (X_1), *Mobile Banking* (X_2) dan *Internet Banking* (X_3) mempunyai kontribusi atau berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Pengguna (Y) sebesar 37,5%. Sedangkan sisanya sedangkan sisanya (100% - 37,5% = 62,5%) dapat dipengaruhi oleh variabel atau indikator-indikator lain yang tidak diteliti.

Uji T-Statistik (Parsial)

Uji T (Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) satu persatu mempengaruhi variabel dependen (Y). Kriteria nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut: a) jika nilai signifikan lebih dari 5% (0,05) maka H_0 diterima, b) jika nilai signifikan kurang dari 5% (0,05) maka H_0 ditolak. Berikut adalah hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan SPSS 25.

Uji T (Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) satu persatu mempengaruhi variabel dependen (Y). Kriteria nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut: a) jika nilai signifikan lebih dari 5% (0,05) maka H_0 diterima, b) jika nilai signifikan kurang dari 5% (0,05) maka H_0 ditolak. Berikut adalah hasil uji parsial (uji t) dengan menggunakan SPSS 25.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,238	2,565	1,652	0,102
	Authomatic	0,189	0,091	0,175	2,075
	Teller Machine				
	Mobile	0,275	0,087	0,289	3,144
	Banking				
	Internet	0,347	0,095	0,338	3,643
	Banking				

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Sumber: Hasil olahan Komputer SPSS Versi 25, 2023

Pada tabel *coefficients*, dimana T_{hitung} didapatkan dari pengujian dengan SPSS sedangkan t_{tabel} diperoleh melalui rumus: $[df = n - k]$

Dimana:

$$n = 100 \text{ (jumlah responden)}$$

$$k = 4 \text{ (variabel penelitian)}$$

Maka menjadi,

$$df = 100 - 4 = 96, \text{ kemudian diperoleh } t_{tabel} 1,986.$$

Berdasarkan Tabel pada hasil uji parsial (uji t) diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Loyalitas Pengguna
Berdasarkan tabel diatas nilai T_{hitung} yang didapatkan dari variabel *Automatic Teller Machine* / ATM (X_1) yakni sebesar 2,075 dengan nilai T_{tabel} 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} $2,075 > T_{tabel} 1,986$ dan nilai Sign $0,041 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

Automatic Teller Machine / ATM (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pengguna.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Pengguna

Berdasarkan tabel diatas nilai T_{hitung} yang didapatkan dari variabel *Mobile Banking* (X2) yakni sebesar 3,144 dengan nilai T_{tabel} 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} $3,144 > T_{tabel} 1,986$ dan nilai Sign $0,002 < 0,05$. Maka H0 ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Mobile Banking* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pengguna.

3. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Loyalitas Pengguna

Berdasarkan tabel diatas nilai T_{hitung} yang didapatkan dari variabel *Internet Banking* (X3) yakni sebesar 3,643 dengan nilai T_{tabel} 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} $3,643 > T_{tabel} 1,986$ dan nilai Sign $0,000 < 0,05$. Maka H0 ditolak dan H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pengguna (Y).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah:

- 1) Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa secara parsial, Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), maka akan berdampak pada kenaikan loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Purwokerto sebagai pengguna layanan digital bank syariah.
- 2) Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa secara parsial, Layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi layanan *Mobile Banking*, maka akan berdampak pada kenaikan loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Purwokerto sebagai pengguna layanan digital bank syariah.
- 3) Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa secara parsial, Layanan *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi layanan *Internet Banking*, maka akan berdampak pada kenaikan loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Purwokerto sebagai pengguna layanan digital bank syariah.

- 4) Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis keempat dari ketiga variabel yakni, Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), Layanan *Mobile Banking* dan Layanan *Internet Banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna layanan digital bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis di Purwokerto sebagai pengguna layanan digital bank syariah dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Perbankan Yang Menerapkan Digitalisasi Perbankan
Perlu melakukan peningkatan keamanan dan perbaikan beberapa kendala yang ada pada layanan *digital bank* untuk menghindari adanya permasalahan yang mungkin dapat terjadi ketika diakses oleh nasabah sebagai pengguna layanan.
- 2) Bagi Akademis
Penelitian yang telah dilakukan ini, diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam memperkaya kajian-kajian penelitian terkait dunia perbankan syariah secara khusus maupun penelitian dalam lingkup ekonomi syariah secara keseluruhan yang dapat digunakan sebagai tambahan referensi dalam menyelesaikan tugas atau penelitian yang akan datang.
- 3) Bagi Peneliti Yang Akan Datang
Peneliti yang telah dilakukan ini tentu masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu besar harapan bagi penelitian agar mampu melakukan lebih mendalam pada objek yang berbeda, serta jika dimungkinkan dapat menambahkan variabel penelitian yang memiliki pengaruh lebih kuat terhadap digitalisasi pada Bank Syariah. Sehingga penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Afifah, A. (2021). "Determinan Minat Nasabah Menggunakan Digital Banking Dengan Menggunakan Metode Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Dalam Prespektif Ekonomi Islam Di Bank Syariah Mandiri Cabang Belitang Tahun 2019-2020." *Skripsi*, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Raden Intan Lampung.

- Akhtar, M. & Ali, K. (2015). "Liquidity Risk Management." *Journal of Research in Business*, Comparatif Study between Conventional and Islamic Banks of Pakistan.
- Arif, M. & Masdupi, E. (2020). "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan." *Jurnal EcoGen* 3(4).
- Budiaستuti, D. & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Budiman, F. (2022). "Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2(5).
- Chanel Youtube CNBC Indonesia. (2019). *Tren Bank Tutup Kantor Cabang*. Diakses di <https://youtu.be/6oMdKZuMr7k>.
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jendral Soedirman. (2022). Wikipedia. Dapat diunduh dari: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Fakultas_Ekonomi_dan_Bisnis_Universitas_Jendral_Soedirman.
- FEB UMP. 2021. "Sejarah FEB UMP". Dapat diunduh dari: <https://feb.ump.ac.id/sejarah/>.
- FEBI UIN SAIZU. 2022. "Sejarah UIN SAIZU". Dapat diunduh dari: <https://febi.uinsaizu.ac.id/profil/sejarah/>.
- Imelda, T. (2020). "Strategi Pemasaran Bank Syariah Berbasis Digital Fintech Terhadap Pelayanan Nasabah (Studi Kasus: Bank Muamalat KCP Metro)." *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri METRO*.
- Maolina, S. (2022). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram)." *Skripsi Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Maulana, R. et al. (2018). *Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model*.
- Ramadhanti, M. et al. (2020). "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah." *Jurnal El-Aswaq*.
- Ratna, C.A. (2016). "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah dan Karyawan Bank Syariah di Kota Semarang." *Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sumarsono, A.P. et al. (2020). "Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan Keputusan Bertransaksi Nasabah Pengguna Mandiri Syariah Mobile (MSM)." *Jurnal Tabarru Islamic Banking and Finance* 3(2).
- Wijaya, K. (2021). *Digital Banking Vs Digital Bank*. Jurnal Serial Berbagi.
- Yasin, R.M. et al. (2021). "Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah Terhadap Literasi Keuangan Syariah terhadap Literasi Keuangan Syariah Milenial." *Jurnal Baabu Al-Ilmi* 6(1).