

The Effect Of Digital Service Procurement (Digics) On Customer Satisfaction At Pt. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Independence Perintis Branch

Pengaruh Pengadaan Pelayanan Digital (Digics) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pt. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan

Mustika Rahmawati^{1*} , Nuniek Dewi Pramanik²

Politeknik Piksi Ganesha Bandung^{1,2}

rahmawatimustika646@gmail.com¹ , ndpdewi0301@gmail.com²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the provision of digital services (BNI digiCS) has on BNI customer satisfaction at the Perintis Kemerdekaan Branch in Bandung. The research method used is quantitative with data obtained from distributing questionnaires to BNI bank customers who use digital customer service (digiCS). The tests used in this study are validity test, reliability test, normality test, heteroscedasticity test, linearity test, simple linear regression test, significant test and coefficient of determination test. In addition, this study also shows that factors such as ease of use, usefulness and service effectiveness also have a significant influence on customer satisfaction. Based on research assisted using the SPSS 25 application, the results show that digital banking customer service has a significant influence on customer satisfaction. This is evidenced based on the results of the t test where t count has a value greater than t table, which is $13.515 > 1.68288$ so that variable x has an effect on variable y.

Keywords: BNI digiCS, Digital Service, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengadaan pelayanan digital (BNI digiCS) terhadap kepuasan nasabah BNI pada Cabang Perintis Kemerdekaan Bandung. Metode penelitian yang digunakan merupakan kuantitatif dengan perolehan data didapat dari penyebaran kuesioner kepada nasabah bank BNI yang menggunakan layanan digital customer service (digiCS). Uji yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana, uji signifikan dan uji koefisien determinasi. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kemanfaatan dan efektivitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian yang dibantu menggunakan aplikasi SPSS 25 hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan digital customer service perbankan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t yang dimana t hitung memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel yakni sebesar $13,515 > 1,68288$ sehingga variabel x berpengaruh terhadap variabel y.

Kata kunci: BNI digiCS, Pelayanan digital, Kepuasan Nasabah.

1. Pendahuluan

Seiring perkembangan zaman canggihnya teknologi mempengaruhi strategi di berbagai instansi perusahaan guna memudahkan pelayanan terhadap konsumen yang semakin kompleks. Pada masa kini, pelayanan secara digital sudah tidak asing lagi didengar. Dalam beberapa tahun terakhir pelayanan digital telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Adapun pelayanan digital ini sendiri bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih cepat, mudah dan efektif. Penggunaan teknologi yang tepat akan mempengaruhi pula peningkatan efektivitas dan produktivitas dalam mengerjakan suatu pekerjaan. Peran Perbankan sangat mempengaruhi proses berjalannya perekonomian nasional. Perkembangan

teknologi ini sudah sepatutnya diikuti oleh perusahaan perbankan dalam memudahkan transaksi maupun pelayanan dimanapun nasabah ingin menggunakannya.

Pada tahun 2018 PT. Bank Negeri Indonesia dinobatkan selaku bank milik negara terbaik dalam perihal memelihara kepuasan serta loyalitas nasabahnya. Hal ini cukup menjelaskan bahwa PT. Bank Negara Indonesia mampu memberikan pelayanan terbaiknya kepada nasabah. Hal ini selaras dengan komitmen serta visi untuk menjadi lembaga keuangan yang terunggul dalam layanan serta kinerja secara berkelanjutan. PT Bank Negara Indonesia pun dinilai sebagai lembaga keuangan bank yang sangat memahami perilaku dan kebiasaan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank, maka dari itu terciptalah loyalitas serta keterikatan nasabah yang mampu mengidentifikasi kebutuhan tentang produk dan layanan.

Jauh daripada itu dalam menjalankan kegiatan operasionalnya setiap perusahaan pasti mengalami kendala. Tidak jarang banyak nasabah yang mengeluhkan antrian untuk mengurus rekeningnya di bagian customer service. Waktu tunggu yang terlalu lama menjadi salah satu kendala yang sering diajukan oleh beberapa nasabah. Mengingat bermacam permasalahan yang diajukan tentunya nasabah tidak dapat memperkirakan waktu penanganan dengan tepat dan konstan. Terkadang nasabah kurang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan customer service terlebih apabila tidak dapat menjawab pertanyaan sederhana.

Layanan perbankan digital (Digital Banking) merupakan solusi perbankan melakukan inovasi layanan nasabah dengan berangkat dari kebiasaan masyarakat saat ini yang ditandai dengan peningkatan penggunaan internet dan smartphone. PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) tentunya terinspirasi untuk berinovasi guna memberikan layanan perbankan terbaik berbasis digital kepada nasabah. Diantisipasi bahwa Layanan Pelanggan Digital (digiCS) akan memberikan solusi cepat, sederhana serta fleksibilitas layanan. Mesin ini merupakan pelayanan mandiri (self service) yang dapat mudah digunakan oleh nasabah. Mesin ini diharapkan akan menjadi nilai tambah dan manfaat yang berjangka panjang dalam melakukan pelayanan yang mudah dan cepat. Efektivitas teknologi sangat diperlukan dalam meningkatkan produktivitas dan kualitas suatu perusahaan. Efektifitas teknologi sendiri dapat diartikan keberhasilan suatu sistem/mesin dalam mencapai tujuan kesejahteraan manusia.

Maka dari itu didapat beberapa poin indikator untuk setiap variabel yang menunjukkan bahwa poin layanan digital yang berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan efektivitas layanan. Kepuasan pelanggan juga tercermin dari indikator kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan. Hal tersebut didukung dengan pernyataan (Andhita, 2022) bahwa Kepuasan Nasabah secara positif dipengaruhi Pelayanan Digital. Berdasarkan fenomena diatas yang telah penulis paparkan, penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Pengadaan Pelayanan Digital (DigiCS) Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero),Tbk Cabang Perintis Kemerdekaan". Adapun tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui korelasi efektivitas pelayanan digital dari sebuah mesin Digital Customer Service terhadap kepuasan nasabah.

2. Tinjauan Pustaka

Bank

Bank adalah lembaga keuangan yang menyediakan berbagai layanan seperti menyimpan uang dalam bentuk simpanan, memberikan pinjaman dan memberikan layanan pembayaran. Bank juga merupakan penghubung antara pihak yang memiliki dana dengan pihak yang membutuhkan dana yang dimana dana tersebut tersalurkan dalam bentuk pinjaman hal ini sejalan dengan yang disampaikan (Anggraini, 2021) yang menjelaskan bahwa bank merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pelayanan Digital

Pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan pelanggan atau nasabah. Pelayanan biasanya berhubungan dengan penyediaan produk atau layanan dan dilakukan dengan tujuan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Adapun pengertian pelayanan (Ida Wibowowati, 2016) adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun yang dijelaskan oleh Kottler & Keller. Pemanfaatan digital itu sendiri adalah teknologi atau system yang menggunakan sinyal atau data dalam menyampaikan informasi secara cepat, akurat dan efisien.

Adapun layanan digital customer service(digiCS) itu sendiri memiliki beberapa fitur guna melakukan pelayanan terhadap nasabah. Berbagai bentuk pelayanan yang sebelumnya dilakukan oleh petugas customer service dapat pula dilakukan di mesin ini seperti melakukan pembukaan buku rekening, pergantian kartu debit yang rusak, kedaluwarsa atau hilang dan pembelian kartu elektronik (TapCash).

Adapun indikator kelebihan dari mesin Layanan Digital DigiCs ini sendiri adalah sebagai berikut :

a. Kemanfaatan

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Narulita et al., 2022) Hal ini menjadi faktor kunci keberhasilan karena merujuk pada sejauh mana produk atau system teknologi informasi dapat memberikan manfaat yang signifikan atau nilai tambah bagi pengguna. Kemanfaatan dapat diukur oleh pengguna produk tersebut.

b. Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Narulita et al., 2022) Dalam pengembangan layanan digital kemudahan penggunaan merupakan faktor terpenting yang perlu diperhatikan. Karena kemudahan penggunaan akan lebih diminati oleh nasabah dalam meningkatkan produktivitas serta efisiensi dalam layanan berbasis digital. Kemudahan menjadi tolak ukur sejauh mana suatu sistem teknologi dapat dengan mudah dan intuitif digunakan oleh pengguna.

c. Efektivitas Pelayanan

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Sholihah et al., 2021) Efektivitas pelayanan adalah kemampuan suatu organisasi atau individu dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan tepat waktu dalam jumlah yang cukup dengan kualitas yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang efektif harus mampu memenuhi harapan pelanggan dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi mereka.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Saputra & Apriliani, 2019) adapun indikator dari kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan adalah sejauh mana pengalaman atau kinerja suatu produk, layanan, atau merek sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen sebelumnya. Dalam hal ini, harapan dapat mencakup persepsi, keyakinan, dan pengalaman sebelumnya yang dimiliki oleh konsumen terkait produk atau layanan yang bersangkutan.

Kesesuaian harapan dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang kepuasan mereka terhadap produk atau layanan. Jika produk atau layanan sesuai dengan harapan konsumen,

maka kemungkinan besar konsumen akan merasa puas dan memiliki kecenderungan untuk menggunakan kembali produk atau layanan tersebut di masa depan.

b. Minat menggunakan kembali

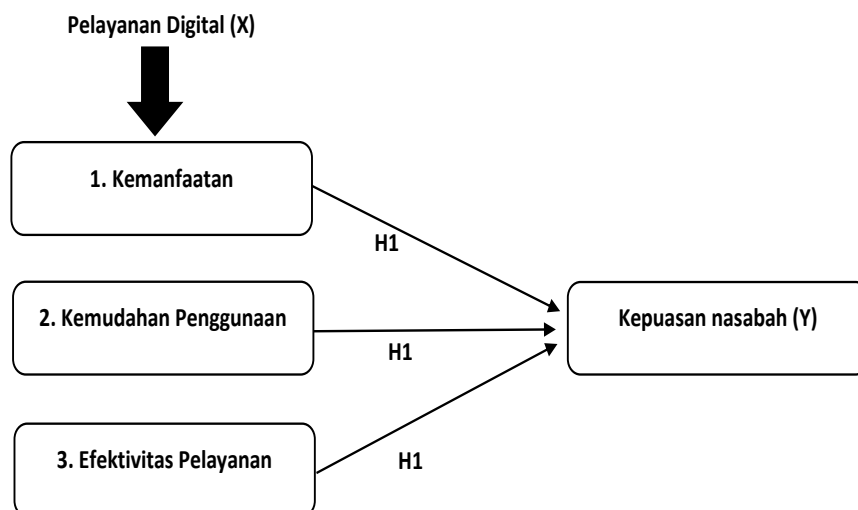
Hal ini merujuk pada keinginan seseorang untuk menggunakan kembali suatu tempat atau layanan yang pernah mereka kunjungi atau gunakan sebelumnya. Ini dapat terjadi dalam berbagai konteks ketika seseorang mempertimbangkan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang mereka sukai di masa lalu. Konsep minat menggunakan kembali dapat menjadi penting bagi bisnis atau organisasi yang berusaha mempertahankan pelanggan yang ada. Jika pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka di masa lalu, kemungkinan besar mereka akan lebih cenderung untuk kembali ke tempat atau menggunakan layanan tersebut di masa depan.

c. Kesediaan merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan dapat menjadi indikator penting dari kepuasan pelanggan dan pengaruh positif yang dapat diberikan oleh konsumen yang puas terhadap produk atau layanan tertentu. Jika konsumen bersedia merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain, maka ini dapat membantu untuk membangun reputasi merek yang positif dan meningkatkan kepercayaan konsumen potensial untuk mencoba produk atau layanan tersebut. Oleh karena itu, kesediaan merekomendasikan sering menjadi fokus strategi pemasaran dan pengembangan produk untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan baik.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2017:58). Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan digital, bank perlu memastikan bahwa layanan digital yang disediakan memenuhi standar kualitas yang baik dan dapat diakses dengan mudah. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital yang disediakan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2017).

Pengembangan Hipotesis

H_0 = Pelayanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Perintis Kemerdekaan

H_1 = Pelayanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Perintis Kemerdekaan

3. Metode Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Negara Indonesia KCU Perintis Kemerdekaan yang beralamat Jl. Perintis Kemerdekaan No.3, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat. Waktu penelitian dilaksanakan sejak bulan Desember 2022 – Februari 2023.

Metodologi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fenomena yang ada, baik fenomena alami maupun fenomena buatan manusia bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lain (Sukmadinata, 2017).

Populasi dan sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI yang menggunakan mesin DigiCS di cabang Perintis Kemerdekaan.

Menurut (Astari Nurdzafira et al., 2022) dimana jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 3 variabel. Maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah $10 \times 3 \text{ variabel} = 30 \text{ responden}$.

Adapun pengambilan sampel yang digunakan menggunakan teknik Simple Random Sampling yang dalam pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017). Dengan demikian sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BNI cabang Perintis Kemerdekaan yang menggunakan mesin Pelayanan DigiCS. Adapun syarat nasabah yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu minimal sudah pernah menggunakan mesin DigiCS minimal 1 kali.

Jenis dan Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2017) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BNI di Perintis Kemerdekaan.

Adapun sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal penunjang teori, buku dan artikel.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dibagikan kepada nasabah BNI yang menggunakan perangkat DigiCS minimal satu kali. Kuesioner merupakan pertanyaan tertulis yang sudah disiapkan responden sebelumnya dan responden diminta untuk menjawab (Ghozali, 2016). Skala pengukuran yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam riset berupa survei. Dalam skala Likert responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. (Nikolaus, 2019).

4. Hasil dan Pembahasan

Uji validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukan sejauh mana suatu instrument mengukur apa yang seharusnya diukur (Duli, 2019). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 43 responden.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Variabel	Pernyataan	R hitung	R table	Hasil
Pelayanan Digital (X)	Kemanfaatan	X.1	0,794	0,301	Valid
		X.2	0,730		
		X.3	0,642		
		X.4	0,761		
		X.5	0,730		
	Kemudahan Penggunaan	X.6	0,577		
		X.7	0,653		
		X.8	0,593		
		X.9	0,542		
		X.10	0,479		
	Efektivitas Pelayanan	X.11	0,740		
		X.12	0,751		
		X.13	0,535		
		X.14	0,834		
		X.15	0,772		
Kepuasan Nasabah (Y)	Kesesuaian Harapan	Y.1	0,623	0,301	Valid
		Y.2	0,663		
		Y.3	0,818		
		Y.4	0,818		
		Y.5	0,718		
	Minat Menggunakan Kembali	Y.6	0,738		
		Y.7	0,742		
		Y.8	0,670		
		Y.9	0,634		
		Y.10	0,702		
	Kesediaan Merekomendasikan	Y.11	0,727		
		Y.12	0,825		
		Y.13	0,822		
		Y.14	0,682		
		Y.15	0,545		

Berdasarkan table diatas jika nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05, untuk 30 butir pernyataan dengan nilai koefisien korelasi ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Maka didapat hasil bahwa r_{hitung} memiliki nilai yang lebih besar daripada r_{tabel} yaitu 0,301 yang artinya butir pernyataan diatas dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu data jika terjadi pengukuran ulang yang hasilnya harus tetap sama. Suatu instrument dapat dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,70. Pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang dimana $r_{hitung} > 0,70$.

Berikut hasil pengujian uji reliabel :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengadaan pelayanan Dlgital (X)	0,70	0,938	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,70	0,917	Reliabel

Berdasarkan data diatas hasil pengujian reliabilitas memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70. Maka dapat diartikan seluruh item pernyataan yang dibagikan melalui kuesioner dengan (X) pengadaan pelayanan digital dan (Y) kepuasan nasabah dapat dinyatakan akurat atau reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak (Purnomo, 2016:83). Data yang terdistribusi normal memiliki arti data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi (Sujarweni, 2012:31). Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov Smirnov. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual berdistribusi dengan normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.66709414
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.083
Test Statistic		.087
Asymp Sig (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

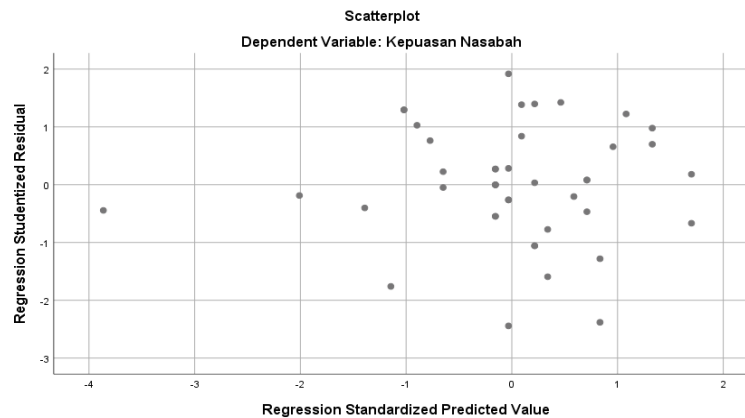
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari kedua variabel berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan antar varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021:178). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada sekitar nol.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplots diatas dpat dilihat titik-titik menyebar secara acak tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji diatas tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah metode statistik yang dilakukan untuk menentukan apakah dua atau lebih variabel terkait memiliki hubungan linear atau tidak. Adapun dasar keputusan linearitas yaitu dengan membandingkan deviation drom linearity dan linearity yang dihasilkan uji linearitas dan dibandingkan dengan alpha yang digunakan.

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			
			Sig.
Kepuasan Nasabah *	Between Groups	(Combined)	.000
Pelayanan Digital		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.085
	Within Groups		
	Total		

Dari hasil diatas maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Jika dilihat berdasarkan nilai signifikansi deviation from linearity, hasil uji menunjukan bahwa nilai signifikansi deviation from linearity bernilai 0,085. Karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear Antara variabel X dan variabel Y.
- Jika dilihat berdasarkan nilai signifikansi linearty, hasil uji linearitas menunjukan bahwa nilai signifikansi linearity bernilai 0,000. Karena nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel X dan Y memiliki hubungan yang linearitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana adalah alat ukur statistik yang digunakan untuk menguji hubungan linear antara dua variabel, yaitu (X) variabel bebas dan (Y) variabel terikat . Tujuan dari uji regresi linear sederhana adalah untuk menentukan sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized	Standardized
-------	----------------	--------------

	Coefficients		T	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	2.595	4.374	.593	.556
X	.957	.071	.904	.000

Berdasarkan tabel diatas,diketahui nilai constant (a) sebesar 2,595, sedangkan nilai X (b) sebesar 0.957 dengan demikian didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,595 + 0,957X$$

Dengan kata lain dapat dijabarkan dari persamaan diatas sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 2,595 yang merupakan nilai konsisten variabel partisipasi
- Koefisien regresi X sebesar 0,957 mengandung arti setiap penambahan 1 satuan nilai X (Pelayanan Digital) maka akan terjadi peningkatan pada variabel Y (Kepuasan nasbaah) sebesar 0,959. Maka dapat disimpulkan koefisien regresi bernilai positif. SEbagai kesimpulan variabel (X) berpengaruh positif terhadap variabel (Y).

Jika dilihat berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X) Pelayanan Digital berpengaruh terhadap variabel (Y) Kepuasan Nasabah. Dan diketahui nilai t^{hitung} sebesar $13.515 > t^{\text{tabel}} 2,02$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan (Y).

Uji T

Menurut (Ghozali, 2021) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	593	556
	Pelayanan Digital	13.515	.000
a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah			

Berdasarkan hasil uji t diketahui nilai t^{hitung} sebesar 13.515 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dari persamaan regresi diatas dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai $t^{\text{hitung}} > t^{\text{tabel}}$ dengan nilai sebesar $13,515 > 1,68288$. Hasil tersebut mempunyai arti bahwa adanya pengaruh signifikan pelayanan digital terhadap kepuasan nasabah.
- Berdasarkan nilai signifikansi yang didapat yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat didefinisikan terdapat pengaruh signifikan pelayanan digital terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2021:147). Adapun konsep dasar dari koefisien determinasi dengan nilai yang mendekati satu memiliki arti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.817	.812	3.712
a. Predictors: (Constant),X				

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0.817 atau sebesar 81,7%. Hal ini dapat diartikan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 81,7% sedangkan 18,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Dari hasil pengolahan data diatas didapat hasil koefisien determinasi yaitu pengadaan pelayanan digital variabel (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 81,7% dimana persentase tersebut berpengaruh cukup tinggi dan cukup menjelaskan. Adapun kriteria dalam pengukuran pelayanan digital dalam penelitian ini menggunakan 5 indikator yaitu kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan efektivitas pelayanan.

Dimensi kemanfaatan memperoleh nilai rata-rata 4,21 dengan standar deviasi 0,716 dari nilai mean. Hal ini menandakan bahwa nasabah berpendapat bahwa bank BNI melalui mesin pelayanan digital customer (digiCS) sudah memberikan kemanfaatan kepada nasabah. Dan secara keseluruhan, pelayanan digital customer service dapat memberikan manfaat yang besar bagi nasabah dan perbankan, karena dapat meningkatkan kenyamanan, efisiensi, transparansi, dan kepuasan pelanggan, serta mengurangi biaya operasional bagi perbankan

Dimensi kemudahan penggunaan memperoleh nilai rata-rata 4,04 dengan standar deviasi 0,810 dari nilai mean. Hal ini menandakan bahwa nasabah merasakan kemudahan dalam menggunakan mesin digital customer service (digiCS). Dalam hal ini pun menandakan bahwa nasabah merasakan kemudahan dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi perbankan dengan lebih mudah dan cepat. Pelayanan digital customer service perbankan menggunakan sistem otomatis yang dapat memberikan jawaban cepat dan akurat terhadap pertanyaan dan masalah yang diajukan oleh pelanggan, sehingga mengurangi waktu tunggu dan mempercepat proses pelayanan.

Dimensi efektivitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata 3,99 dengan standar deviasi 0,751 dari nilai mean. Hal ini menandakan bahwa bank BNI melalui mesin pelayanan digital customer service (digiCS) sudah memberikan pelayanan yang efisien dan efektif terhadap nasabah. Efektivitas pelayanan yang diberikan juga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi hal tersebut ditandai dengan fitur-fitur pelayanan yang ditemukan di lapangan lengkap serta cepat dalam merespon permintaan nasabah.

Maka dari itu hipotesis H_1 yang menyatakan pelayanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI KCU Perintis Kemerdekaan dapat dijawab berdasarkan uji t didapat hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai seibesar $13,515 > 1,68288$ dan taraf signifikansi yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu dapat dibuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengadaan pelayanan digital dengan kepuasan nasabah di PT. Bank Negara Indonesia cabang Perintis Kemerdekaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan efektivitas pelayanan merupakan tiga faktor yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

5. Penutup

Dari hasil pemaparan serta hasil penelitian mengenai pengaruh pengadaan layanan digital (digiCS) terhadap kepuasan nasabah di PT.BNI cabang Perintis Kemerdekaan, dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

- Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana memperlihatkan tabel menunjukan nilai koefisien sebesar 0,957 dan memiliki nilai signikansi sebesar $0,000 < 0,005$ yang mempunyai arti variabel pelayanan digital yang menjadi variabel (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang menjadi variabel (Y).
- Berdasarkan hasil analisis uji t, t_{hitung} bernilai $13,515 > 1,68288$ dan nilai signikansi sebesar $0,000 < 0,005$. Maka dapat disimpulkan dari hasil analisis uji t bahwa variabel pelayanan digital (X) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

- c. Berdasarkan hasil koefisien determinasi hasil R square sebesar 0,817 atau 81,7%. Hal ini dapat diartikan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 81,7% sedangkan 18,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Sebagaimana hasil penelitian yang sudah dipaparkan diatas, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank Negara Indonesia (BNI)
Berdasarkan hasil penelitian dengan melewati beberapa uji bahwasanya pengadaan pelayanan digital mempunyai dampak yang positif terhadap kepuasan nasabah. Namun alangkah baiknya jika pihak bank secara langsung mensosialisasikan secara langsung penggunaan dari mesin digital customer service(digiCS) kepada masyarakat. Karena pada dasarnya mesin customer service ini masih terbilang baru maka dari itu alangkah baiknya jika pihak bank turun langsung melakukan pengenalan perihal penggunaan mesin digital.
2. Bagi nasabah
Pada masa kini, pembiasaan menggunakan teknologi digital adalah hal penting yang harus masyarakat lakukan. Seperti contohnya pembiasaan menggunakan mesin digital customer service (digiCS). Karena selain mengurangi antrian di bagian customer service, mesin digiCS juga dapat memberikan pelayanan yang serba mudah, cepat dan nyaman. Namun penggunaan layanan digital juga memerlukan keterampilan dan pengetahuan yang tepat. Oleh karena itu, nasabah harus mempelajari cara menggunakan layanan digital dengan benar dan memahami kebijakan dan prosedur yang berlaku. Dengan begitu, nasabah akan dapat memanfaatkan layanan digital secara efektif dan efisien.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Karena pada dasarnya teknologi terus berkembang dan terus menghadirkan inovasi terbaru. Maka dari itu penelitian tentang layanan digital memerlukan penggunaan metode penelitian yang tepat. Dalam konteks ini, peneliti dapat mempertimbangkan penggunaan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, serta metode penelitian campuran yang menggabungkan keduanya.

Daftar Pustaka

- Andhita, S. (2022). *Pengaruh pelayanan diital transaksi dan teknologi informasi terhadap tingkat kepuasan nasabah di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam. Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Anggraini, R. I. (2021). *Lembaga Keuangan Bank & Non Bank.*
- Astari Nurdzafira, S., Dewi Pramanik, N., Studi Administrasi Keuangan, P., Studi Administrasi Keuangan Politeknik Piksi Ganesha, P., & Jend Gatot Soebroto No, J. (2022). *Penggunaan Software Jurnal.Id Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada UMKM di Kota Bandung). EKBIS*, 10, 2339–1839. <https://stikomys.ac.id/journal/index.php/jurnal-hummani/article/download/313/189>
- Duli, N. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif :Beberapa konsep Dasar untuk penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS.* Penerbit Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kulitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan ilmu Sosial Lainnya.* Semarang: Yoga Pratama.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Muktivariate Dengan Program IBM SPSS 26.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ida Wibowowati, J. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Muarakati Baru Satu Palembang.* 1–23.
- Narulita, S., Suhaji, S., & Ginanjar, R. (2022). *Analisis pengaruh implementasi teknologi informasi terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada perusahaan Telekomunikasi di kota Semarang). Jurnal HUMMANSI (Humaniora ...*, 5(1), 23–41.

- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. In Cv. Wade Group.
- Saputra, S., & Apriliani, A. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Post Service Follow Up (Psfu) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Astra International Tbk-Toyota Sales Operation (Tso) Auto2000 Cabang Pasteur Kota Bandung*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(September), 1–14.
- Sholihah, D. R., Ayu, I., Martini, O., & Widani, P. (2021). *Analisis Pelayanan Mesin Customer Service Digital BCA*. *Template of Jurnal Economica*, 17(2), 249–266.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2012). *SPSS Untuk Paramedis*. Yogyakarta: V. Gava Media.
- Sukmadinata, Nana Syaodih (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya