

Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan *Customer Service Officer* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank X di Jakarta

Ria Susanti Johan¹, Widiyarini², Desy Septariani³, Iin Asikin⁴, Rachel Sinta⁵

1,3,4) Prodi Pendidikan Ekonomi, FIPPS, Universitas Indraprasta PGRI

2) Prodi Teknik Industri, FTIK, Universitas Indraprasta PGRI

5) Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi

*Corresponding: ria.johan7@gmail.com

Ringkasan: Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara Teknologi Informasi, Pelayanan Customer Service Officer terhadap kepuasan nasabah Bank X KCP. Karena jumlah nasabah pengguna aktif *mobile banking* dan *internet banking* Bank tidak diketahui, maka populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga atau *infinite*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BANK X dan sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Hasil yang diperoleh dari uji t yang menunjukkan t hitung > t table ($4,333 > 2,012$) bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan nilai t hitung > t tabel ($4,065 > 2,012$) bahwa variabel pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji f menghasilkan nilai f hitung sebesar $25,123 > 3,19$ dengan nilai signifikansi (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel perkembangan teknologi perbankan, pelayanan *Customer Service officer* (CSO) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Customer Service, Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi informasi memainkan peran yang sangat penting dalam dunia perbankan (Suprpto, 2022). Banyak bank kini menyediakan layanan perbankan online dan aplikasi seluler, memungkinkan nasabah melakukan transaksi, memeriksa saldo, dan mengelola rekening mereka dengan mudah. Penggunaan teknologi informasi juga meningkatkan keamanan data nasabah. Bank mengimplementasikan sistem enkripsi dan autentikasi dua faktor untuk melindungi informasi sensitif. Dengan teknologi informasi, bank dapat menganalisis data besar untuk memahami perilaku nasabah, meningkatkan layanan, dan membuat keputusan yang lebih baik dalam penawaran produk. Proses manual seperti

pengolahan pinjaman atau pembukaan rekening kini seringkali diotomatiskan, yang mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan efisiensi.

Sistem yang terintegrasi memungkinkan informasi untuk bergerak dengan lancar antar departemen. Ini mengurangi waktu pemrosesan dan meningkatkan kolaborasi internal. Nasabah dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi dan portal online, mempercepat respons terhadap kebutuhan nasabah. Dengan analisis data yang mendalam, bank dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan individu atau segmen pasar, meningkatkan kepuasan nasabah. (Garbo, A. G., & Latifah, 2024).

Kualitas layanan yang diberikan oleh customer service officer (CSO) memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan citra bank secara keseluruhan. (Nursakinah, 2020). CSO adalah perwakilan bank yang pertama kali berinteraksi dengan nasabah. Kesan pertama yang baik dapat membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. CSO yang terlatih dapat menjelaskan produk dan layanan dengan jelas, menjawab pertanyaan nasabah, serta menangani keluhan dengan efektif, sehingga meningkatkan kepuasan nasabah. CSO yang memiliki kemampuan untuk menangani masalah dan memberikan solusi yang memuaskan sangat berharga dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah. Layanan yang ramah, cepat, dan efisien dari CSO dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, mendorong mereka untuk kembali atau merekomendasikan bank kepada orang lain.

Kemampuan customer service officer (CSO) untuk memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional memiliki dampak langsung pada persepsi nasabah terhadap bank. □ Sikap profesional dalam penanganan transaksi dan pertanyaan menunjukkan bahwa bank menghargai nasabah dan berkomitmen untuk memberikan layanan yang berkualitas. Ini juga membangun kredibilitas bank. Kejelasan dalam menyampaikan informasi tentang produk dan layanan, serta proses-proses yang ada, sangat membantu nasabah dalam mengambil keputusan yang tepat. Setiap interaksi yang positif dengan CSO dapat menciptakan kenangan baik dalam pikiran nasabah, berkontribusi pada kesan keseluruhan yang baik tentang bank. Nasabah yang puas cenderung merekomendasikan bank kepada orang

lain(Ahdar, 2022. Sebaliknya, pengalaman buruk bisa menyebabkan nasabah berbagi kritik, yang dapat merusak reputasi bank (Go, 2023).

Bank X yang telah berdiri sejak tahun 1950an merupakan salah satu bank swasta nasional terbesar di Indonesia. Tentu saja untuk mempertahankan kualitas layanan perbankan dan menjaga Kepuasan Nasabah, Bank X terus berinovasi dan memberikan layanan serta fasilitas terbaik bagi nasabahnya. Layanan perbankan berkualitas yang terus diberikan Bank X membuat bank swasta nasional terbesar tersebut kembali dianugerahi penghargaan bergengsi, Untuk kesekian kalinya,

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan customer service officer terhadap kepuasan nasabah di Bank X yang berlokasi di Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen bank dalam meningkatkan layanan dan kepuasan nasabah, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi di bidang perbankan yang lebih kompetitif di era digital.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survey. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan melalui pembagian kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini hal yang diamati penulis adalah pengaruh Teknologi Informasi, Pelayanan *Customer Service Officer (CSO)* (CSO). Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, berjumlah 50 orang. Metode *Accidental Sampling* ini dapat diartikan sebagai Teknik sampel secara acak kepada siapapun yang ditemui dan cocok menjadi sumber data. Sampel yang dipilih tanpa perencanaan sebelumnya inilah yang disebut sebagai sampel yang diambil berdasarkan kebutuhan. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank. Penghitungan data dengan SPSS 20, menggunakan uji Normalitas dan heteroskedastisitas serta analisis regresi berganda dan Uji Koefisien Determinasi.

Tabel. 1 Kisi kisi Teknologi Informasi

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	No Instrumen
Teknologi Informasi (X1)	Kemudahan	<i>Bank mobile d</i>	1,2
		mampu menggunakan <i>Bank mobile dan Internet Banking</i> untuk bertransaksi.	
	Risiko	<i>Bank mobile dan Internet Banking</i> dapat memenuhi kebutuhan nasabah	3,4
		Gangguan jaringan <i>Bank Mobile dan Internet Banking</i>	
	Kepercayaan	Transaksi <i>BANK mobile dan Internet Banking</i> aman	5,6
		<i>Bank mobile dan internet banking</i> dapat dilakukan secara cepat.	

teknologi informasi (TI) memainkan peran yang sangat penting dalam operasional bank modern. Berikut ini adalah beberapa aspek utama mengenai bagaimana TI berkontribusi terhadap efisiensi dan efektivitas operasional bank. TI memungkinkan bank untuk mengotomatisasi berbagai proses operasional, mulai dari pembukaan rekening hingga pemrosesan pinjaman. Otomatisasi ini tidak hanya menghemat waktu tetapi juga mengurangi kemungkinan kesalahan manusia, sehingga meningkatkan akurasi data dan efisiensi.

Tabel 2. Kisi kisi CSO

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	No Instrumen
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Penampilan Gedung Bank BANK	7,8

Kualitas Pelayanan <i>Customer Service Officer (CSO)</i> (X2)		Fasilitas di BANK	
	Reabilitas (<i>reability</i>)	Pelayanan dengan baik dan sopan	9,10
		Memberikan penjelasan kepada nasabah dengan baik	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	<i>Customer service officer</i> (CSO) menjawab pertanyaan dengan baik	11,12
		<i>Customer service officer</i> (CSO) langsung menanggapi permintaan nasabah	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Ketelitian saat melayani nasabah	13,14
		Kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi	
	Empati (<i>empaty</i>)	Keramahan kepada para nasabah	15,16
Memberikan perhatian sepenuhnya kepada nasabah.			

Customer service officer (CSO) bank memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Alasan mengapa peran mereka krusial dalam konteks kepuasan pelanggan. CSO adalah titik kontak pertama bagi nasabah saat mereka mengunjungi bank atau menggunakan layanan telepon. Kualitas interaksi ini sangat mempengaruhi pengalaman nasabah dan bisa menentukan persepsi mereka terhadap bank.

Tabel. 3 Kisi kisi Kepuasan Pelanggan

Nama Variabel	Dimensi	Indikator	No Instrumen
Kualitas Pelayanan <i>Customer Service Officer (CSO)</i> (X2)	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Penampilan Gedung Bank BANK KCP Grand Cempaka Mas	7,8
		Fasilitas di BANK KCP Grand Cempaka Mas	
	Reabilitas (<i>reability</i>)	Pelayanan dengan baik dan sopan	9,10
		Memberikan penjelasan kepada nasabah dengan baik	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	<i>Customer service officer (CSO)</i> menjawab pertanyaan dengan baik	11,12
		<i>Customer service officer (CSO)</i> langsung menanggapi permintaan nasabah	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Ketelitian saat melayani nasabah	13,14
		Kepercayaan dalam diri nasabah untuk melakukan transaksi	
Empati (<i>empaty</i>)	Keramahan kepada para nasabah	15,16	
	Memberikan perhatian sepenuhnya kepada nasabah.		

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kritis bagi kesuksesan bank dan industri perbankan secara keseluruhan (Oktariswan.dkk, 2022) Pelanggan yang puas lebih cenderung untuk tetap setia pada bank mereka dan menggunakan layanan yang ditawarkan dalam jangka panjang.

Loyalitas ini dapat mengurangi biaya akuisisi nasabah baru dan meningkatkan pendapatan dari nasabah yang sudah ada. Penghitungan data dengan menggunakan

uji validitas dan realibilitas serta analisis regresi berganda dan Uji Koefisien Determinasi

KAJIAN TEORI

Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) adalah disiplin yang mencakup penggunaan komputer, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan sistem untuk mengolah, menyimpan, mengelola, dan mentransmisikan informasi. TI mencakup berbagai aspek. Komponen TI meliputi, perangkat keras (Hardware). Komponen fisik dari sistem TI, seperti komputer, server, perangkat jaringan, dan perangkat penyimpanan. Perangkat Lunak (Software). Program dan aplikasi yang digunakan untuk menjalankan tugas tertentu, mulai dari sistem operasi hingga aplikasi bisnis dan perangkat lunak produktivitas. Sistem yang menghubungkan berbagai perangkat dan komputer untuk memungkinkan komunikasi dan pertukaran data, baik melalui jaringan lokal (LAN) maupun jaringan luas (WAN) seperti Internet. Basis Data Sistem yang digunakan untuk menyimpan dan mengelola data secara terstruktur, memungkinkan akses, pengolahan, dan analisis informasi yang efisien. Keamanan Informasi juga menjadi aspek penting. TI ,aspek yang melampaui teknologi, mencakup protokol dan praktik untuk melindungi data dari akses yang tidak sah, kebocoran, dan ancaman keamanan lainnya. Manajemen Sistem dan Layanan TI. Proses dan praktik yang terkait dengan pengelolaan infrastruktur TI, penyediaan layanan, dan pemeliharaan sistem. (Saputri,dkk, 2022).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan di bank adalah ukuran seberapa baik bank memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah dalam hal layanan yang diberikan. (Sinambela, 2011:5) . Kualitas pelayanan yang tinggi sangat penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan menjaga loyalitas. Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan di bank meliputi: pertama Kecepatan Layanan. Kemampuan bank untuk menyelesaikan transaksi dan permintaan nasabah dengan cepat sangat

berpengaruh. Kecepatan dalam proses, seperti pembukaan rekening atau persetujuan pinjaman, akan meningkatkan kepuasan. Kedua Keandalan: Keandalan mencakup kemampuan bank untuk memberikan layanan yang tepat waktu, konsisten, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan. Nasabah harus merasa bank dapat diandalkan dalam hal transaksi dan layanan. Ketiga kemampuan Menghargai Nasabah: Layanan yang ramah dan bersahabat dari staff bank, termasuk kemampuan untuk mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah, berkontribusi besar pada pengalaman positif. Keempat, kompetensi dan Profesionalisme: Keterampilan dan pengetahuan staff bank dalam menjawab pertanyaan serta memberikan solusi yang tepat sangat penting.

Nasabah mengharapkan staff yang profesional dan terlatih. Kelima keamanan dan Privasi: Nasabah harus merasa aman dalam melakukan transaksi dan yakin bahwa informasi pribadinya dilindungi. Kepercayaan terhadap keamanan data adalah prioritas tinggi. Ketujuh, Tersedianya Beragam Layanan: Bank yang menawarkan berbagai layanan, termasuk digital banking, pinjaman, investasi, dan layanan personal, dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah dengan lebih baik. Kedelapan, . Usulan Solusi: Kemampuan bank untuk memberikan solusi yang sesuai dengan situasi dan kebutuhan khusus nasabah dapat meningkatkan nilai layanan yang diberikan. kedelapan, umpan balik dan Tindak Lanjut: Mengumpulkan umpan balik dari nasabah dan mengambil tindakan untuk memperbaiki layanan berdasarkan masukan tersebut menunjukkan bahwa bank menghargai opini nasabah. Kesembilan, Lingkungan Fisik: Kenyamanan cabang bank, termasuk fasilitas dan suasana yang bersih dan profesional, juga memberikan kontribusi pada pengalaman layanan. (Vernia, D. M., & Widiyanto, 2023; Supandi,dk, 2023; Vernia, dkk, 2023; Nurlela,dkk, 2023; Suprpto,,dkk, 2022).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah bank merujuk pada tingkat kepuasan individu terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh bank. Kepuasan ini merupakan indikator penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah dan keberhasilan bank dalam jangka panjang. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank antara lain:

1. Kualitas Layanan: Seperti yang telah dibahas sebelumnya, aspek seperti kecepatan pelayanan, keandalan, dan profesionalisme staff memainkan peranan kunci dalam menentukan seberapa puas nasabah terhadap pelayanan yang diterima.
2. Pengalaman Nasabah: Pengalaman keseluruhan nasabah, yang mencakup interaksi dengan customer service, proses transaksi, dan kemudahan akses layanan, sangat memengaruhi tingkat kepuasan.
3. Fleksibilitas dan Inovasi Produk: Bank yang menawarkan produk dan layanan yang bervariasi dan inovatif sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti pinjaman, investasi, dan layanan digital, dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Keamanan dan Privasi: Nasabah harus merasa bahwa informasi dan dana mereka aman. Kepuasan akan keamanan data sangat penting untuk membangun kepercayaan. (Prabowo,dkk, 2022).
5. Harga dan Biaya: Struktur biaya dan bunga yang wajar serta transparan dapat memengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah cenderung lebih puas jika merasa mendapatkan nilai yang baik.
6. Kemudahan Akses dan Layanan Digital: Adanya layanan perbankan online dan mobile banking yang mudah digunakan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, terutama di era digital saat ini.
7. Dukungan Layanan Pelanggan: Responsif dan ketanggapan customer service dalam menangani keluhan atau pertanyaan nasabah berkontribusi besar pada tingkat kepuasan.
8. Umpan Balik dan Tindak Lanjut: Bank yang secara aktif meminta umpan balik dan melakukan perbaikan berdasarkan masukan nasabah menunjukkan komitmen pada kepuasan nasabah. (Sunarmintyastuti,dkk, 2022).
9. Hubungan Pribadi: Hubungan yang baik antara nasabah dan staff bank juga dapat berkontribusi pada pengalaman nasabah yang positif, sehingga meningkatkan kepuasan.
10. Reputasi Bank: Citra dan reputasi bank di masyarakat juga mempengaruhi persepsi nasabah mengenai kualitas layanan yang diberikan, yang dapat berdampak pada kepuasan mereka.

Kepuasan nasabah yang tinggi tidak hanya meningkatkan loyalitas tetapi juga meningkatkan kemungkinan nasabah merekomendasikan bank kepada orang lain. Oleh karena itu, bank sering melakukan survei dan riset untuk mengevaluasi dan meningkatkan pengalaman nasabah demi mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

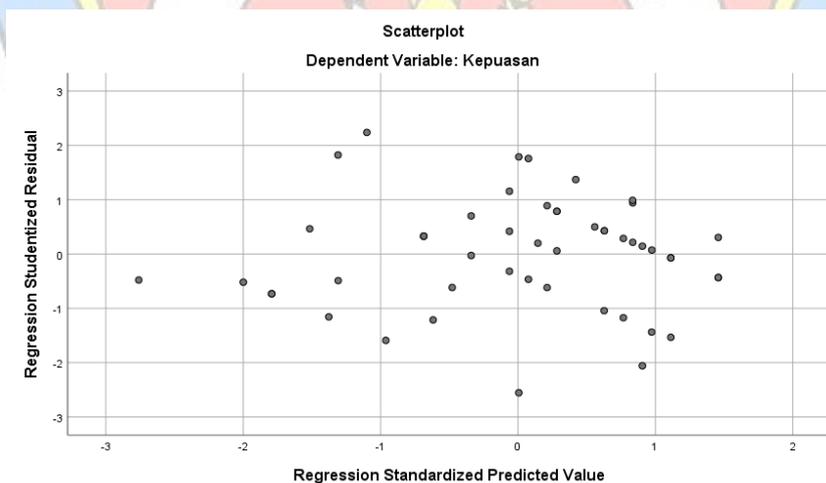
Uji ini digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel data berasal dari distribusi tertentu (misalnya, distribusi normal, eksponensial, dll). Salah satu keuntungan dari uji ini adalah ia tidak memerlukan asumsi distribusi tertentu dari data. Ini membuatnya berguna ketika asumsi normalitas tidak terpenuhi. Uji ini memungkinkan penelitian untuk membandingkan distribusi sampel dengan distribusi teoretis yang telah ditentukan, memberikan wawasan tentang kesesuaian model statistik. Berikut hasil uji normalitas :

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37068856
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.068
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada Tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa nilai signifikansinya yaitu 0,200. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi sudah berdistribusi normal. Sedangkan uji Heteroskedastisitas, bertujuan Uji heteroskedastisitas

bertujuan untuk menguji apakah varians dari residual (error) dalam model regresi bersifat konstan atau bervariasi. Dalam analisis regresi, asumsi penting adalah bahwa varians dari residual harus konstan (homoskedastisitas). Jika variansnya tidak konstan (heteroskedastisitas), ini dapat mempengaruhi hasil estimasi koefisien regresi, membuatnya tidak efisien dan merusak validitas pengujian hipotesis. Mengidentifikasi adanya variabilitas yang tidak terduga, yang dapat mengindikasikan bahwa model tidak tepat. Membantu memastikan bahwa hasil analisis regresi (seperti t-test atau F-test) valid dan dapat diandalkan. Jika ditemukan heteroskedastisitas, peneliti dapat memperbaiki model dengan menambahkan variabel, mengubah bentuk model, atau menggunakan metode estimasi yang lebih robust. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.



Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa ketiga variabel terbebas dari masalah heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 5. Koeffecient

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.229	3.135		-1.349	.184		
	TEKNOLOGI INFORMASI	.490	.113	.460	4.333	.000	.911	1.097
	CSO	.196	.048	.432	4.065	.000	.911	1.097

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa kedua variabel independen yaitu perkembangan teknologi perbankan, pelayanan *Customer Service officer* (CSO) memiliki nilai *tolerance* > 0,10. Sementara itu, nilai VIF untuk. Kedua variabel memiliki nilai VIF < 10. Dengan demikian hasil pengujian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi perbankan, pelayanan *Customer Service officer* (CSO) saling berkolerasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

Tabel 6. Korelasi

		TEKNOLOGI INFORMASI	CSO	KEPUASAN
TEKNOLOGI INFORMASI	Pearson Correlation	1	.298*	.589**
	Sig. (2-tailed)		.036	.000
	N	50	50	50
CSO	Pearson Correlation	.298*	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.036		.000
	N	50	50	50
KEPUASAN	Pearson Correlation	.589**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa Perkembangan Teknologi Informasi dengan Kepuasan Nasabah memiliki hubungan yang kuat (0,589). Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) dengan Kepuasan Nasabah memiliki hubungan yang kuat (0,569). Perkembangan Teknologi Informasi dengan Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) memiliki hubungan yang rendah (0,298

Tabel 7. Koefesien

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	-4.229	3.135		-1.349	.184
TEKNOLOGI INFORMASI	.490	.113	.460	4.333	.000
CSO	.196	.048	.432	4.065	.000

Berdasarkan output pengujian tabel 4.13 diatas, maka dapat dibuatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -4,229 + 0,490 \text{ Perkembangan Teknologi Perbankan} + 0,196 \text{ Pelayanan Customer Service Officer (CSO)} + e$$

$$= -4,229 + 0,490 X_1 + 0,196 X_2 + e$$

Hasil persamaan regresi terhadap signifikasi koefisien dan interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

- Nilai Konstanta (a) = -4,229 ; yang menyatakan bahwa jika keberadaan perkembangan teknologi perbankan, pelayanan Customer Service officer tidak ada atau bernilai 0,
- Perkembangan Teknologi Perbankan = 0,490 ; yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel perkembangan teknologi perbankan, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,490.
- Pelayanan Customer Service officer = 0,196 ; yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada variabel pelayanan Customer Service officer sebesar satuan, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,196

Tabel. 8 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.496	1.39955

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi pada Tabel 4.14 diatas diperoleh nilai R-Square sebesar 0,517 atau sebesar 51,7%. Artinya variabel perkembangan teknologi perbankan, Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 51,7% terhadap

kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian seperti Pelayanan *Cash Management* dan Bauran Pemasaran.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat ditarik bahwa pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin tinggi perkembangan teknologi perbankan dan pelayanan *Customer Service officer* (CSO) maka mengakibatkan semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan. dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara perkembangan teknologi perbankan dan pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) terhadap kepuasan nasabah. Artinya, peningkatan dalam penggunaan teknologi dalam perbankan dan peningkatan kualitas pelayanan dari CSO berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian Pengaruh Perkembangan Teknologi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t tabel menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $4,333 > t_{tabel} 2,012$ dengan nilai signifikan (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian variabel Perkembangan Teknologi Perbankan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang artinya perkembangan teknologi yang dikembangkan oleh Bank mampu meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank X. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wijanarto et all, (2020) bahwa teknologi perbankan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) terhadap Kepuasan Nasabah Variabel Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar $4,065 > t_{tabel} 2,012$ dengan nilai signifikan (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *Customer Service officer* (CSO) (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian, maka Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) Bank X mampu meningkatkan Kepuasan Nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Immanuel (2021) bahwa ada pengaruh pelayanan *customer service* di Bank X.

Pengaruh Perkembangan Teknologi Perbankan dan Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan hasil perhitungan F hitung menghasilkan nilai F hitung sebesar $25,123 > 3,19$ dengan nilai signifikan

(sig.) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Perkembangan Teknologi Perbankan, Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, maka Perkembangan Teknologi Perbankan di kembangkan dan Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) Bank mampu meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank X.

Berdasarkan pengujian koefisien determinasi (adjusted R²) dengan bantuan SPSS versi 25, menunjukkan nilai R- Square sebesar 0,517 atau sebesar 51,7%. Artinya variabel perkembangan teknologi perbankan, pelayanan *Customer Service officer* (CSO) secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 51,7% terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 48,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

SIMPULAN

Berdasarkan dengan hasil pembahasan dan penelitian pada bab sebelumnya, dan hasil penelitian mengenai Pengaruh Teknologi Informasi, Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO), Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank X, maka dapat disimpulkan, Secara parsial, hasil uji t diperoleh bahwa variabel Teknologi Informasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank (Y). Dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,333 > 2,012$). Secara parsial, hasil uji t diperoleh bahwa variabel Pelayanan *Customer Service Officer* (CSO) (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank (Y). Dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($4,065 > 2,012$). Secara simultan, hasil uji f diperoleh bahwa secara Bersama-sama variabel Teknologi Informasi (X1) dan Kepuasan Nasabah Bank (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah Bank (Y). Dengan nilai f hitung $> f$ tabel ($25,123 > 3,19$).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdar, M. (2022). *Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada BSI KCP Darussalam Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Garbo, A. G., & Latifah, H. R. (2024). *Optimasi Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui*

- Penggunaan Kecerdasan Buatan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(2).
- Go, E. L. R. (2023). *Persepsi Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Digital Mobile Banking Jconnect Pada Bank Jatim Kantor cabang Pembantu Rungkut Surabaya* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Hamzah B. Uno, & Nina Lamatenggo. (2011). *Teknologi komunikasi dan informasi pembelajaran* (Fatna Yustianti, Ed.; 1st ed., Vol. 2). Bumi Aksara.
- Kurniati Karim, S. E. , M. S. (2020). *ASPEK KEPUASAN NASABAH BERDASARKAN KUALITAS JASA PERBANKAN* (1st ed.). Jakad Media Publishing.
- Nurlela, N., Fuad, M., Brastoro, B., Arfa, F. F., Hamama, F., & Widiyanto, S. (2023). Pengembangan Kecakapan Finansial melalui Buku Literasi OJK pada Siswa TK. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(6), 6631-6640.
- Nursakinah, N. (2020). *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Transaksi melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di Bank Sulselbar Cabang Syariah Kota Sengkang* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Oktariswan, D., Maria, F. D., Suprpto, H. A., & Hamonangan, R. H. (2024). Penyuluhan dan Sosialisasi Literasi Keuangan Pada Siswa SMK. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 45-49.
- Prabowo, H. A., Nurisman, H., Rizkiyah, N., Suyana, N., & Widiyanto, S. (2022). Penguatan Literasi Keuangan Dan Pelatihan Wirausaha Untuk Pengurus Karang Taruna. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 802-806.
- Saputri, N. L., Widiyanto, S., Nugroho, N., & Hadi, I. (2022). Penyuluhan Digital Untuk SMP YWKA 2. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 96-102.
- Sunarmintyastuti, S., Prabowo, H. A., Sandiar, L., Ati, A. P., Harie, S., Sartono, L. N., & Widiyanto, S. (2022). Peran literasi digital dalam pembelajaran daring selama pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(6), 32-36.
- Supandi, A., Esra, M. A., Nurlela, N., Bakar, A., Sinambela, T. R., Widiyanto, S., & Purnomo, B. (2023). Bagaimana Anak Mempelajari Kemampuan Kewirausahaan Sejak Dini?. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(4), 4267-4275.
- Suprpto, H. A. (2022). The Influence of Household Consumption and the Human Development Index on Economic Growth in West Java. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1).
- Suprpto, H. A. (2023). Business Plan Proposal Preparation Training for Tsanawiyah Madrasah Students. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 2(3), 207-216.
- Suprpto, H. A. (2023). The Influence of Creativity and Self-Confidence on Craft and Entrepreneurship Learning Outcomes in Bunda Auni Vocational School Students Bekasi. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3).

Suprpto, H. A., Vernia, D. M., Alifah, S., Widiyarto, S., Pamungkas, A. D., & Fahrudin, A. (2022).

Penyuluhan Dan Penguatan Kewirausahaan Bagi Siswa Smk Al Farabi Bogor. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 2237-2241.

Vernia, D. M., & Widiyarto, S. (2023). Pengenalan Dasar Kewirausahaan melalui Entrepreneurship for Kids (Studi Kasus pada TK Al-Amanah). *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3), 2557-2566.

Vernia, D. M., Suprpto, H. A., Sumadyo, B., Nurdin, N., & Widiyarto, S. (2023). Bagaimana Proses Belajar Berwirausaha dan Budaya pada Anak Usia Dini?. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(6), 7992-7999.

Yuni Rusmawati DJ, B. R. (2018). pelayanan 1. *ANALISIS PELAYANAN CS (CUSTOMER SERVICE)*

TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK DANAMON DI SUKODADI LAMONGAN.

