



ANALISIS PREFERENSI MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA LAYANAN SETOR TUNAI BANK ACEH SYARIAH

Helmi Dayana

Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa

email: helmidayana10@gmail.com

Muhammad Dayyan

IAIN Langsa

Corresponding author email: muhammad.dayyan@iainlangsa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku preferensi masyarakat yang menggunakan jasa layanan setor tunai yaitu *Cash Recycle Machine* (CRM). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survey melalui instrumen kuesioner/angket dengan sample 75 nasabah dari populasi yang tidak diketahui. Selanjutnya data dianalisis menggunakan model structural PLS dengan dibantu menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *Cash Recycle Machine* dengan nilai t-statistik sebesar $3,509 > 1,96$ dengan p-value $0,000 < 0,05$. Transaksi *cashless* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *Cash Recycle Machine* dengan nilai t-statistik sebesar $0,973 < 1,96$ dengan p-value $0,331 > 0,05$. Berdasarkan angka R-Square besarnya pengaruh variabel *service quality* dan transaksi *cashless* terhadap preferensi nasabah dengan nilai sebesar 0,642. Maka sebesar 64% variansi preferensi masyarakat menggunakan CRM dipengaruhi oleh variabel *service quality* dan transaksi *cashless*, sedangkan sisanya 36% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Preferensi, *Service quality*, Transaksi *Cashless*, dan *Cash Recycle Machine*.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the preference behavior of people who use cash deposit services, especially cash recycling machines. The research approach used is quantitative. The data collection technique used is a questionnaire on 75 respondents from unknown population. Data analysis techniques using PLS structural models are supported through the use of SmartPLS 3.0 software. The study results show that quality of service has a positive and significant impact on people's preference for using coin recycling machines, with t-statistic value of $3.509 > 1.96$ and p-value of $0.000 < 0.05$. Cashless transactions have a positive and insignificant effect on people's preferences in using Cash Recycle Machines with a t-statistic value of $0.973 < 1.96$ and p-value of $0.331 > 0.05$. Based on the R-squared coefficient, the magnitude of the impact of quality of service variables and cashless transactions on customer preferences is 0.642. Then 64% of the variance in people's preferences for using CRM is influenced by service quality and cashless transactions, while the remaining 36% is determined by other variables not examined in this study.

Keywords: Preference, *Service quality*, *Cashless Transactions*, and *Cash Recycle Machine*.

A. PENDAHULUAN

Branchless banking merupakan suatu penyelenggaraan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang tidak dilakukan melalui jaringan kantor tetapi bekerja sama dengan entitas lain yang didukung oleh teknologi informasi (Otoritas Jasa Keuangan 2022). Salah satu jenis layanan *branchless banking* adalah penarikan simpanan dari ATM yang dikenal dengan *Cash Recycling Machine* (CRM) dimana nasabah dapat melakukan transaksi tunai dan non-tunai, serta penarikan dan penyetoran. Produk layanan CRM adalah *machine* yang secara otomatis menerima setoran tunai, penarikan tunai, dan pembayaran gratis dengan nilai tertentu. Ini dapat dilakukan secara online kapan saja secara *real time* dan dapat diakses dengan kartu tanpa mengisi formulir/kertas setoran (Simamora 2023). Layanan berbasis Teknologi Informasi tersebut bertujuan untuk menjangkau semua segmen nasabah perbankan.

Bank Aceh sebagai salah Badan Usaha Milik Pemerintah Aceh yang telah melakukan *perubahan* dari operasi konvensional menjadi sistem Syariah secara keseluruhan berdasarkan keputusan komisioner OJK. No. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 tentang penerbitan persetujuan konversi usaha perbankan umum konvensional menjadi perbankan umum syariah. Pada 19 September 2016, perubahan sistem operasi tersebut dilakukan secara serentak di seluruh jaringan kantor Bank Aceh untuk melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 15/11/2009 (Bank Aceh 2023). Pasca konversi Bank Aceh Konvensional menjadi *full* syariah masyarakat sangat berharap seluruh sistem bank sesuai dengan ajaran Islam. Terkait fasilitas dan layanan masyarakat berharap Bank Aceh Syariah dapat diperbaiki yang masih dianggap satu kelemahan bank syariah khususnya fasilitas ATM yang masih terbatas (Kismawadi and Al Muddatstsir 2018). Bahkan sebelum Aceh berlaku *single banking system* masyarakat lebih senang dengan bank konvensional dengan alasan fasilitasnya lebih mendukung (Dayyan 2016). Salah satu bentuk layanan yang harus dimaksimalkan adalah fasilitas layanan CRM sehingga nasabah semakin mudah melakukan transaksi keuangan di Bank Aceh tersebut.

Sejumlah kajian terkait layanan *cashless* pada perbankan telah dilakukan oleh para peneliti. Pertama kajian yang mengukur kualitas layanan pada perilaku preferensi jasa layanan. Penelitian Rahmadhania (2014) menunjukkan bahwa fasilitas setor tunai melalui CDM dapat menghindari antrian panjang, efisiensi waktu, kemudahan menggunakannya, prosesnya cepat, buka 24 jam, dan tidak adanya biaya administrasi tambahan. Kemudian Suadah (2015) menemukan bahwa layanan Cash Deposit Machine (CDM) lebih memuaskan dalam setiap indikator *assurance* (jaminan) dibanding layanan setoran manual. Selanjutnya penelitian Asmawati (2019) menunjukkan bahwa dimensi harapan menentukan kualitas

layanan setor tunai pada PT Bank Mandiri Tbk. Penelitian tersebut menguji dimensi tangibles dengan hasil sebesar 29% menentukan kepuasan responden. Tangibles dengan indikator penilaian meliputi perlengkapan dan peralatan serta sarana dan prasarana pada layanan setor tunai. Dapat dikatakan bahwa kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen serta kebutuhan dan keinginan pengguna layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting untuk mencapai kepuasan konsumen.

Kedua, penelitian terkait preferensi masyarakat yang semakin banyak menggunakan fasilitas transaksi elektronik. Penelitian Chumaidi (2023) menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai menggunakan kartu, kode QRIS dan *e-wallet* semakin mendukung pengembangan sistem pembayaran non-tunai di Indonesia. Manfaat *e-payment* semakin menunjukkan pengaruh terhadap preferensi masyarakat untuk menggunakan transaksi secara elektronik di pasar *online shopping* (Nugrahini and Alfian 2023). Bahkan masyarakat dalam mengaktualkan kedermawannya semakin mudah dengan menggunakan *e-payment* yang berdampak pada semakin tinggi minat untuk berdonasi (Sulisdika, Syahrizal, and Nurlina 2022). Dengan demikian semakin penting upaya mendorong peran yang lebih aktif dari pemerintah dalam mempercepat Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dan mengurangi penggunaan uang tunai secara efisien. Untuk mendukung GNNT kegiatan edukasi kepada masyarakat sebagai konsumen pengguna jasa sistem pembayaran non tunai semakin penting untuk meningkatkan pemahaman Masyarakat atas manfaat dan risiko dari suatu instrument dan mekanisme transaksi non tunai (Farhan and Shifa 2023). Dalam konteks perbankan sistem keuangan non tunai semakin dirasakan kemudahan dan manfaat dalam menggunakan layanan digitalisasi layanan perbankan seperti *mobile banking*, *internet banking*, kartu debit/kredit, dan ATM maka semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan syariah (Rahmatia et al. 2022).

Penelitian terkait preferensi nasabah menggunakan CRM masih diperlukan dan relevan untuk memahami preferensi masyarakat dalam menggunakan setor tunai pada mesin ATM Bank Aceh di Kota Langsa. Analisis studi ini dengan menjawab tiga pertanyaan penelitian. Pertama, apakah preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah dipengaruhi oleh layanan Servqual. Kedua, apakah transaksi *cashless* berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah di Kota Langsa. Ketiga, apakah terdapat pengaruh Servqual dan transaksi *cashless* terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah di Kota Langsa?

Studi dari penelitian ini penting karena tiga alasan, pertama, melihat Kota Langsa sebagai kota jasa dimana aktivitas masyarakat didominasi dengan profesi berdagang.

Sehingga peredaran uang dari hasil dagangan masyarakat tersebut berputar setiap harinya dan pendapatan mereka sebagian besar merupakan *cash money*. Pedagang yang bekerja dari mulai pagi hari hingga sore bahkan sampai malam membutuhkan tempat untuk menyimpan uang tersebut, sementara jam operasional bank hanya dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore dan tingkat kepadatan untuk antri melalui teller itu akan lama sehingga memakan waktu bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi dengan cepat. Kedua, fasilitas CRM yang bisa digunakan kapan saja 24/7 secara *real time* ini mestinya mampu menjawab kebutuhan nasabah yang ingin melakukan transaksi. Kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi tentunya mempengaruhi penggunaan fasilitas CRM, sehingga apabila semakin banyak jumlah fasilitas CRM yang di sediakan oleh bank maka tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM juga akan semakin tinggi.

Ketiga, saat penelitian ini dilakukan Bank Aceh Syariah Kota Langsa hanya menyediakan dua unit fasilitas CRM dan kerap terjadi kendala pada penggunaannya. Pelayanan CRM yang efektif, cepat, dan mudah menjadi terhambat sehingga nasabah sering mengeluh ketika ingin melakukan setoran tunai pada CRM. Sebagaimana melalui wawancara oleh salah satu nasabah bank Aceh Syariah mengungkapkan bahwa kerap terjadi beberapa kendala ketika nasabah ingin melakukan transaksi seperti masalah pada jaringan yang kurang bagus sehingga mengakibatkan mesin CRM lelet, terkadang salah satu dari mesin CRM juga tidak bisa digunakan dengan pemberitahuan di dalam *room* CRM dan terkunci. Selain itu, beberapa nasabah juga mengalami kartu ATM tertelan. Di sisi lainnya ketika nasabah ingin melakukan transaksi pada waktu tertentu terkadang harus mengantri dalam waktu yang cukup lama terutama pada awal bulan dan pada malam hari. Sehingga dari kendala tersebut nasabah merasa kurang puas dan beberapa nasabah lebih memilih untuk kembali ke rumah dan melakukan transaksi di lain waktu.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang dilakukan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, mengevaluasi, dan mengelola barang dan jasa yang mereka yakini yang akan memuaskan kebutuhan mereka. Konsep dasar perilaku konsumen menyatakan bahwa konsumen selalu berusaha untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari penggunaan barang atau jasa yang digunakannya (Rufaidah 2015:36). Kegunaan berarti sejauh mana suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan seseorang. Dalam konteks perbankan konsumennya disebut dengan nasabah yaitu orang menggunakan jasa perbankan baik sebagai nasabah penabung maupun nasabah pembiayaan atau kredit. Aktifitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan atau deposito maupun giro dan menyalurkan kembali kepada masyarakat

dalam bentuk kredit atau pembiayaan (Kasmir 2012:24). Agar masyarakat mau menjadi nasabahnya pihak bank memberikan ransangan berupa balas jasa maupun layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah yang kemudian menimbulkan preferensi atau keinginan.

2. Preference

Preference adalah suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Preferensi konsumen di definisikan sebagai selera subjektif (individu) yang diukur dengan utilitas berbagai barang dan jasa. Preferensi adalah kecenderungan seseorang untuk memilih suatu produk sesuai dengan keinginan, kepentingan, dan selernya (Pyndick and Rubinfeld 2012:72). Seorang konsumen diharapkan dapat membedakan setiap produk yang mereka temukan.

Preferensi konsumen dapat ditentukan dengan mengukur tingkat layanan dan kepentingan relatif dari setiap fitur produk atau layanan yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen (Kotler 2000:15). Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa. Preferensi masyarakat untuk menjadi bank syariah ditentukan oleh jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, dan pekerjaan seseorang (Julian and Marlina 2018). Preferensi atau motivasi dan pertimbangan agama (Halal/Haram) tidak menjadi faktor utama masyarakat memilih bank syariah, melainkan atas dasar faktor eksternal yaitu faktor lembaga perusahaan atau banknya yang terdiri dari pelayanan, fasilitas dan kenyamanan nasabah sehingga banyak non muslim menjadi nasabah bank syariah (Sukti and Aliansyah 2017). Maka preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah antara lain ditentukan oleh variable jasa layanan dan fasilitas setor tunai.

3. Jasa Layanan

Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat kepada konsumen pada waktu dan tempat tertentu dengan membuat perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa. Sedangkan layanan adalah suatu sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas atau tidak puas yang dialami konsumen pada saat terjadinya proses tindakan. Layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi atau tidak. Kualitas pelayanan jasa (*service quality*) memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen/ pelanggan. Singkatnya, kualitas adalah dorongan khusus bagi konsumen untuk menjalin kerja sama atau kemitraan jangka panjang dan saling menguntungkan dengan perusahaan (Fatihudin and Firmansyah 2019:7–8). Model kualitas layanan yang kerap dijadikan acuan dalam penelitian (*research*) adalah model *SERVQUAL*

(*Service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. *SERVQUAL* adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan konsumen (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1985). Terdapat lima dimensi *servqual* yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Maka hipotesis dari variabel ini adalah *servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah di Kota Langsa.

4. Setor Tunai

Setor tunai adalah suatu aktivitas dimana nasabah melakukan penyetoran uang tunai ke dalam rekening. Untuk melakukan setor tunai bisa dilakukan melalui layanan ATM setor tunai dan Teller (Ratnasari and Aksa 2011:3). Dengan adanya jasa layanan setor tunai yang bervariasi di bank Aceh Syariah Kota Langsa baik melalui Teller maupun CRM ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Transaksi *cashless* atau pembayaran tanpa uang tunai atau non-tunai merupakan transaksi atau pembayaran yang dilakukan dengan instrumen seperti kartu debit, kartu kredit, mesin ATM dan lain-lain (Ulfi 2020). Adapun indikator pada variabel transaksi *cashless* yakni kemudahan, keamanan dan manfaat (Firmansyah and Susanti 2023) dan juga keandalan (Putri 2018). Maka hipotesisnya adalah transaksi *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah di Kota Langsa. Hipotesis dari penelitian ini adalah transaksi *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah di Kota Langsa.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat dalam meneliti sebuah obyek. Jadi hasil penelitian ini akan dijelaskan melalui hasil analisis yang berupa angka (Darmawan 2013:37). Dengan analisis deskriptif yaitu satu bentuk pemaparan pemecahan masalah yang ada sekarang berasal data-data yang ada, jadi penelitian deskriptif juga menyajikan hasil penelitian dalam bentuk tabel dan menganalisis secara narasi.

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Januari sampai Mei 2023 dengan lokasi Bank Aceh Syariah Cabang Kota Langsa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna CRM bank Aceh Syariah di Kota Langsa yang tidak diketahui berapa jumlahnya (*unknown population*), selanjutnya mengambil sampel sebanyak 75 orang responden secara

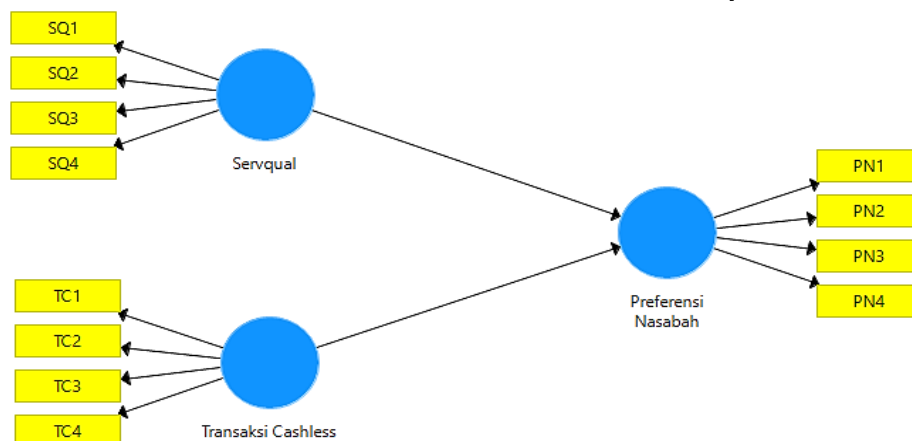
accidental yang ditemui dan dianggap cocok dalam menjawab soal angket pada penelitian ini.

Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator dari setiap variabel. Instrumen kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengisi pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden. Kuesioner didistribusikan langsung kepada responden untuk diisi setiap pertanyaan sesuai dengan karakteristik dirinya (Arikunto 2006:128).

Uji Instrumen Penelitian

Kuisisioner yang berisi pernyataan sebagai instrumen dalam penelitian ini yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Tujuan uji validitas dan reliabilitas adalah untuk diketahui keakuratan data sehingga dapat digunakan dan dianalisis lebih lanjut (Hussein 2015:18). Analisis perilaku preferensi masyarakat menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa menggunakan software SmartPLS 3.0. Gambar 1 berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan:

Gambar 1
Skema Model Partial Least Square



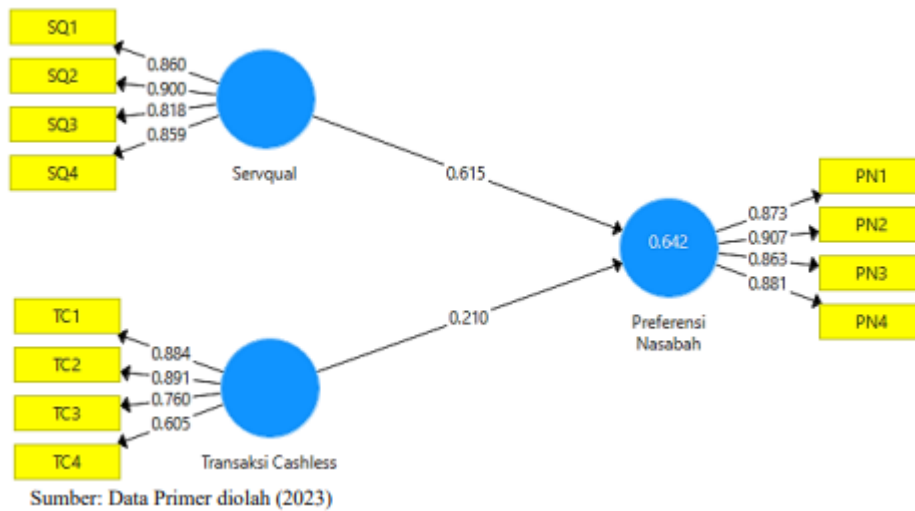
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

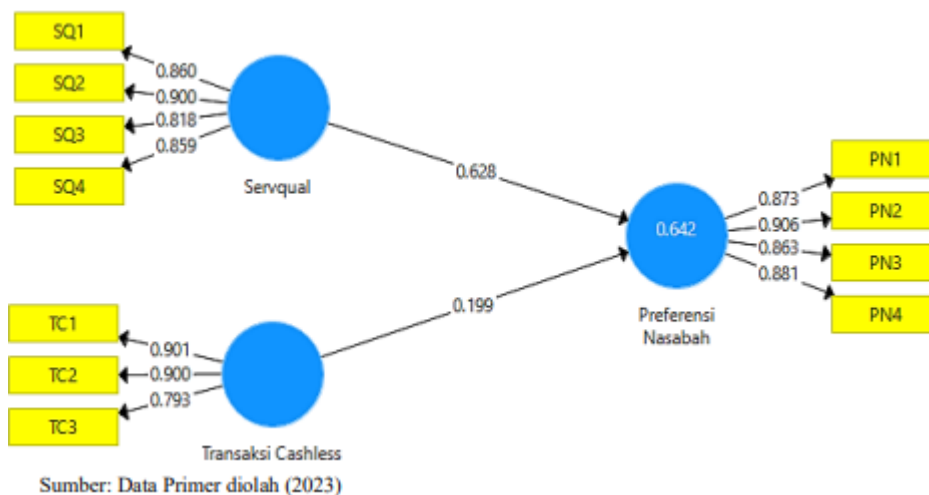
1. Convergent Validity

Convergent Validity dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* lebih besar 0,7 dikatakan valid (Hussein 2015). Skemanya dapat dilihat pada gambar 2 dan gambar3 berikut:

Gambar 2
Output Loading Factor Pemodelan



Gambar 3
Output Loading Factor Pemodelan Iterasi Kedua



Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan bahwa nilai *outer loading* atau korelasi antara konstruk dengan variabel ada salah satu indikator yang nilainya $< 0,7$, yaitu pada variabel transaksi *cashless* pada indikator TC4 menunjukkan $0,605$. Hal ini menunjukkan bahwa indikator variabel yang nilai *outer loading* $> 0,7$ memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*. Sedangkan indikator variabel yang memiliki nilai *loading* $< 0,7$ memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga perlu dilakukan eliminasi pada indikator TC4.

2. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant validity* yang baik

apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk lainnya. Ketentuan nilai *cross loading* harus $> 0,7$ dalam satu variabel (Hussein 2015).

Tabel 1
Output Cross Loading

| | Preferensi Nasabah (PN)/Y | Servqual (SQ)/X1 | Transaksi Cashless (TC)/X2 |
|-----|---------------------------|------------------|----------------------------|
| PN1 | 0,873 | 0,697 | 0,602 |
| PN2 | 0,906 | 0,745 | 0,693 |
| PN3 | 0,863 | 0,692 | 0,674 |
| PN4 | 0,881 | 0,657 | 0,567 |
| SQ1 | 0,767 | 0,860 | 0,624 |
| SQ2 | 0,603 | 0,900 | 0,718 |
| SQ3 | 0,652 | 0,818 | 0,801 |
| SQ4 | 0,683 | 0,859 | 0,730 |
| TC1 | 0,662 | 0,761 | 0,901 |
| TC2 | 0,632 | 0,792 | 0,900 |
| TC3 | 0,580 | 0,602 | 0,793 |

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Dengan demikian bahwa semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki discriminant validity yang baik.

Tabel 2
Discriminant Validity Metode Average Variance Extracted (AVE)

| | Average Variance Extracted (AVE) | Keterangan |
|--------------------|----------------------------------|------------|
| Servqual | 0,739 | Valid |
| Transaksi Cashless | 0,751 | Valid |
| Preferensi Nasabah | 0,776 | Valid |

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Selanjutnya discriminant validity dapat diketahui pula melalui metode *Average Variance Extracted (AVE)* untuk masing-masing indikator memiliki kriteria $> 0,5$ agar dikatakan valid (Hussein 2015). Diketahui bahwa nilai AVE dari variabel *Servqual*, *Transaksi Cashless* dan *Preferensi Nasabah* lebih besar dari 0,5 ($> 0,5$). Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

3. Unidimensionality

Unidimensionality dilakukan dengan menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Data yang memiliki *composite reliability* > 0,7 mempunyai reliabilitas yang tinggi. Sedangkan uji reliabilitas yang diperkuat dengan *Cronbach's Alpha* nilai yang diharapkan > 0,6 untuk semua konstruk (Hussein 2015).

Tabel 3
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

| Konstrak | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Keterangan |
|--------------------|------------------|-----------------------|------------|
| Servqual | 0,882 | 0,919 | Reliabel |
| Transaksi Cashless | 0,832 | 0,900 | Reliabel |
| Preferensi Nasabah | 0,904 | 0,933 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa seluruh variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dibandingkan dengan 0,7 dan 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian inner model (*model structural*). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel endogen (Hussein 2015). hasil R^2 sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten dependen dalam *model structural* mengidentifikasi pengaruh variabel independen (yang mempengaruhi) terhadap variabel dependen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33-0,67 maka termasuk kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19-0,33 maka termasuk dalam kategori lemah (Chin and Todd 1995).

Tabel 4
Koefisien Determinasi

| | R-Square (R^2) | R-Square Adjusted |
|--------------------|--------------------|-------------------|
| Preferensi Nasabah | 0,642 | 0,632 |

Sumber: Data Primer diolah (2023)

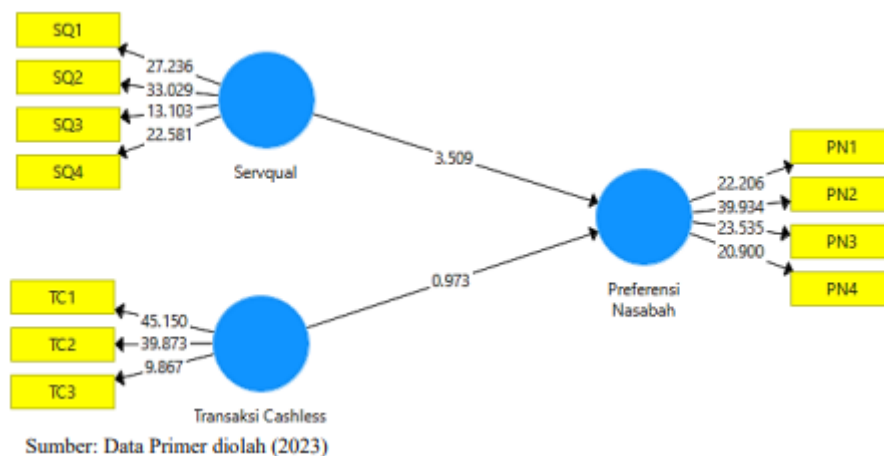
Tabel R-Square yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel *Servqual* dan *Transaksi Cashless* terhadap *Preferensi Nasabah* dengan nilai sebesar 0,642 dan dinyatakan memiliki nilai sedang. Atau dengan penjelasan lain, *Servqual* dan *transaksi cashless* mampu menjelaskan variabilitas konstruk preferensi nasabah sebesar 64%, dan

sisanya sebesar 36% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian Inner Model (model struktural) yang meliputi output R-square, koefisien parameter dan T-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, T-statistik, dan P-values. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS 3.0. sehingga nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *Bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik > 1,96 dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif (Chin and Todd 1995). Proses uji hipotesis dapat dilihat dalam gambar 4 berikut:

Gambar 4
Hasil Model Penelitian



D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melalui proses uji data tersebut diatas maka dua belas (12) pertanyaan/item pada kuisisioner dapat dipakai untuk mengukur preferensi nasabah terhadap *servequal* dan transaksi *cashless*. Pada variabel *Servqual* (X1) terdapat 4 pertanyaan/item, variabel Transaksi *Cashless* (X2) terdapat 4 pertanyaan/item dan variabel Preferensi Nasabah (Y) terdapat 4 pertanyaan/item, sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 5
Distribusi Frekuensi Responden Variabel *Servqual*

| No | Pertanyaan/item | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Rata-rata |
|------------------------|---|---|---|---|----|----|-------------|
| 1 | Saya menggunakan jasa layanan CRM karena dapat diandalkan untuk melakukan transaksi | 0 | 0 | 0 | 47 | 28 | 4,37 |
| 2 | Saya merasa jasa layanan CRM sangat kredibel karena keamanannya terjamin | 0 | 0 | 6 | 43 | 26 | 4,27 |
| 3 | Menurut saya teknologi pada jasa layanan CRM sudah canggih, berguna dan berkualitas | 0 | 0 | 5 | 45 | 24 | 4,23 |
| 4 | Menurut saya jasa layanan CRM cepat, tepat dan mampu memberikan informasi persis seperti yang saya butuhkan | 0 | 0 | 1 | 47 | 27 | 4,35 |
| Total Rata-rata | | | | | | | 4,30 |

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Total rata-rata variabel *Servqual* adalah 4,30 yang terletak pada angka 4 yang artinya mayoritas responden atau nasabah menjawab setuju bahwa *Servqual* atau layanan menjadi pendorong bagi nasabah menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada pertanyaan/item SQ1 terkait jasa layanan CRM digunakan karena bisa diandalkan melakukan transaksi dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,30.

1. Deskriptif Responden Berdasarkan Transaksi *Cashless*

Dalam penelitian ini variabel transaksi *cashless* terdiri dari 4 pertanyaan/item.

Tabel 6
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Transaksi *Cashless*

| No | Pertanyaan/item | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Rata-rata |
|----|--|---|---|---|----|----|-----------|
| 1 | Menurut saya lancarnya transaksi bisnis yang saya lakukan karena kemudahan dari jasa layanan CRM. | 0 | 0 | 6 | 43 | 26 | 4,27 |
| 2 | Saya tidak merasa khawatir ketika saya melakukan transaksi bisnis melalui jasa layanan CRM | 0 | 0 | 8 | 48 | 19 | 4,15 |
| 3 | Saya menggunakan jasa layanan CRM untuk melakukan pembayaran. | 0 | 1 | 1 | 54 | 19 | 4,21 |
| 4 | Saya sudah merasakan manfaat dari jasa layanan CRM dan saya akan merekomendasikan layanan ini kepada nasabah lainnya yang ingin melakukan transaksi bisnis | 1 | 0 | 3 | 42 | 29 | 4,31 |

| No | Pertanyaan/item | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Rata-rata |
|------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|-------------|
| Total Rata-rata | | | | | | | 4,23 |

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 6 tersebut di atas dapat diketahui bahwa total rata-rata transaksi *cashless* adalah 4,23 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahkan variabel transaksi *cashless* menjadi pendorong bagi responden untuk menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada pertanyaan/item TC4 terkait sudah merasakan manfaat dari jasa layanan CRM dan akan merekomendasikan layanan tersebut kepada nasabah lainnya yang ingin melakukan transaksi bisnis dengan nilai rata-rata 4,31 dan ini merupakan angka tertinggi. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah pada pertanyaan/item TC2 terkait tidak merasa khawatir ketika melakukan transaksi bisnis melalui jasa layanan CRM, dominan responden menjawab ragu-ragu dengan nilai rata-rata 4,15.

2. Deskriptif Responden Berdasarkan Preferensi Nasabah

Dalam penelitian ini variabel preferensi nasabah terdiri dari 4 pertanyaan/item.

Tabel 7
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Preferensi

| No | Pertanyaan/item | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Rata-rata |
|------------------------|--|---|---|---|----|----|-------------|
| 1 | Saya tertarik menggunakan jasa layanan CRM karena relevan dengan minat saya dalam bertransaksi | 0 | 0 | 1 | 49 | 25 | 4,32 |
| 2 | Saya merasa jasa layanan CRM penting untuk digunakan karena dapat menjawab kebutuhan dan keinginan saya | 0 | 0 | 1 | 41 | 33 | 4,43 |
| 3 | Saya memilih jasa layanan CRM untuk bertransaksi karena aman, mudah dan efisien | 0 | 0 | 3 | 39 | 33 | 4,40 |
| 4 | Saya merasa puas dengan pelayanan CRM dan saya berencana untuk menggunakan layanan ini di masa mendatang | 0 | 0 | 1 | 42 | 32 | 4,41 |
| Total Rata-rata | | | | | | | 4,39 |

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Tabel 7 diatas menunjukkan total rata-rata preferensi nasabah adalah 4,39 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahkan variabel preferensi nasabah menjadi pendorong bagi responden menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada

pertanyaan/item PN2 terkait jasa layanan CRM penting untuk digunakan karena dapat menjawab kebutuhan dan keinginan nasabah dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,43. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah pada pertanyaan/item PN1 terkait ketertarikan menggunakan jasa layanan CRM karena relevan dengan minat nasabah dalam bertransaksi dengan nilai rata-rata 4,32.

Tabel 8
Hasil Uji Hipotesis Melalui Path Coefficient

| | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T-Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P-Values</i> |
|---|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| Servqual -> Preferensi Nasabah | 0,628 | 0,637 | 0,179 | 3,509 | 0,000 |
| Transaksi <i>Cashless</i> -> Preferensi Nasabah | 0,199 | 0,197 | 0,205 | 0,973 | 0,331 |

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Hipotesis pertama menguji apakah *Servqual* secara positif berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta *Servqual* terhadap Prefrensi Nasabah sebesar 0,628 dan T-statistik yaitu sebesar 3,509. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena $> 1,96$ dengan *p-value* $< 0,05$ sehingga hipotesis pertama diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa *Servqual* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah.

Hipotesis kedua menguji apakah transaksi *cashless* secara positif berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta transaksi *cashless* terhadap Prefrensi Nasabah sebesar 0,199 dan T-statistik yaitu sebesar 0,973. Dari hasil ini didapatkan t-statistik tidak signifikan, karena $< 1,96$ dengan *p-value* $> 0,05$ sehingga hipotesis kedua ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa Transaksi *Cashless* terbukti memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Preferensi Nasabah.

Tabel 9
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

| Hipotesis | | Hasil | Keterangan |
|------------------|--|--|-------------------|
| H1 | Servqual secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah | Koef. Beta = 0,628 T-Statistic = 3,509 P-Value = 0,000 | Diterima |

| | | | |
|-----------|---|--|---------|
| H2 | Transaksi <i>Cashless</i> secara positif dan tidak signifikan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah | Koef. Beta = 0,199 T-Statistic = 0,973 P-Value = 0,331 | Ditolak |
|-----------|---|--|---------|

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Diskusi Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Service Quality* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa t-statistik sebesar $3,509 > 1,96$ dengan p-value $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *servqual* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *Cash Recycle Machine*. Semakin tinggi tingkat kualitas layanan CRM maka semakin tinggi juga tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM, dan sebaliknya jika semakin rendah kualitas layanan CRM maka semakin rendah juga tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM. Hasil temuan ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (2018) yang menyimpulkan bahwa indikator dari *service quality* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiastono dan Ramadhani (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana nilai sig. $< 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan ATM sangat membantu nasabah dalam transaksi. Artinya masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan lebih peduli pada layanan dan fasilitas yang dimiliki oleh perbankan dibandingkan dengan faktor riba atau halal haramnya (Dayyan 2016), khususnya para pedagang mereka lebih memilih perbankan yang memudahkan transaksi bisnis dan akses modal (Dayyan and Chalil 2020). Maka perusahaan perbankan syariah harus terus meningkatkan pelayanan dan penyediaan fasilitas yang memudahkan masyarakat.

2. Pengaruh Transaksi *Cashless* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel transaksi *cashless* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *Cash Recycle Machine*, sehingga hipotesis ini ditolak. Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa t-statistik sebesar $0,973 > 1,96$ dengan p-value $0,331 > 0,05$. Artinya semakin rendah penggunaan transaksi *cashless*, maka tingkat kebutuhan CRM akan semakin rendah juga. Hasil tersebut dikarenakan sebagian besar responden masih kurangnya literasi mengenai transaksi *cashless* sehingga masih banyak dari responden yang melakukan pembayaran

melalui *cash money*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muchtaram, dkk (2019) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran non tunai (Muchtaram et al. 2019). Sementara penelitian yang dilakukan oleh Monica (2022) menemukan bahwa *e-money* sebagai media transaksi non-tunai berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Dari dua hasil penelitian yang berbeda tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *cashless* di masyarakat masih bervariasi tergantung latar belakang dan trend yang sedang berkembang. Masyarakat umum masih nyaman dengan transaksi tunai sehingga kurang menyukai *cashless* sementara mahasiswa sebagai masyarakat terdidik semakin dekat dengan teknologi lebih menyukai transaksi elektronik (Nugrahini and Alfian 2023). Manajemen perbankan harus memahami bahwa pelayanan nasabah yang prima tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan nasabah, namun juga memenuhi harapan mereka. Di pasar yang sangat kompetitif seperti perbankan, kegagalan dalam memberikan layanan berkualitas tinggi dapat menyebabkan rusaknya reputasi dan kerugian bisnis (Hosseini, Abdolvand, and Harandi 2022). Oleh karena itu stabilitas dan kualitas layanan perbankan sangat penting, pengelola bank harus menginformasikan dan memperkenalkan layanan baru yang ditawarkan atau diluncurkan untuk memanfaatkan kapasitas dan kemampuan sistem perbankan elektronik. Kemudahan juga harus didukung oleh literasi teknologi sehingga memberikan rasa nyaman bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara non tunai.

3. Pengaruh *Servqual* dan Transaksi *Cashless* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Secara bersamaan preferensi masyarakat menggunakan fasilitas CRM dipengaruhi oleh layanan (*servqual*) dan penggunaan non tunai (*cashless*). Berdasarkan angka R-Square atau koefisien determinasi yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel *servqual* dan transaksi *cashless* terhadap preferensi nasabah dengan nilai sebesar 0,642 artinya sebesar 64% variansi preferensi masyarakat menggunakan CRM dipengaruhi oleh variabel *servqual* dan transaksi *cashless*. Sedangkan sisanya 36% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2019) yang mengungkapkan bahwa variabel pemahaman dan aksesibilitas penggunaan *cash deposit machine* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yutaviando (2019), yang menunjukkan bahwa indikator transaksi *cashless* berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk bertransaksi. Transaksi pembayaran Non-Tunai dengan menggunakan Kode QRIS, Pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) melalui M-Banking BSI, BTN dan lain sebagainya semakin mendukung perkembangan sistem pembayaran non-

tunai yang ada di Indonesia (Chumaidi 2023). Maka manajemen Bank Aceh Syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Yaitu menyiapkan fasilitas untuk meningkatkan layanan jasa perusahaan pada pengguna CRM yang semakin tinggi tingkat preferensinya.

KESIMPULAN

Variabel *servqual* dan transaksi *cashless* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai CRM pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa. Hal ini dibuktikan dengan nilai R-Square atau koefisien determinasi yaitu sebesar 0,642 atau sebesar 64%. Preferensi nasabah yang menggunakan jasa layanan CRM Bank Aceh Syariah, karena adanya pertimbangan dari aspek kepentingan nasabah, kepercayaan akan fasilitas layanan serta pengalaman nasabah setelah melakukan transaksi melalui fasilitas CRM. Kemudian pertimbangan dari aspek layanan serbaguna dan kualitasnya jasa layanan CRM dan menjawab kebutuhan serta keinginan nasabah.

Layanan jasa atau *servqual* menjadi faktor yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai CRM. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar $3,509 > 1,96$. Selain itu, berdasarkan preferensi nasabah yang menggunakan jasa layanan CRM Bank Aceh Syariah, karena adanya pertimbangan dari aspek keandalannya, jaminan, bukti fisik dan daya tanggap jasa layanan tersebut. Sementara transaksi *cashless* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai CRM. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar $0,973 < 1,96$. Hasil ini menunjukkan masih adanya pertimbangan dari aspek kemudahan penggunaan mesin, keamanan saat bertransaksi serta manfaat dari penggunaan mesin CRM.

Implikasi dari penelitian ini Perbankan Syariah khususnya Bank Aceh Syariah perlu meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Pihak perusahaan perbankan syariah harus memperhatikan hal yang berkaitan dengan semakin tinggi tingkat layanan jasa perusahaan pada pengguna CRM maka semakin tinggi pula tingkat preferensi nasabah. Penelitian ini telah berkontribusi pada ditemukannya indikasi bahwa perilaku preferensi masyarakat pada penggunaan CRM dan perlunya edukasi literasi keuangan bagi masyarakat sehingga wawasan/informasi bagi pihak-pihak yang tertarik serta berkepentingan akan berdampak pada kemajuan perbankan syariah di Aceh.

Keterbatasan penelitian ini pada jumlah sample yang kurang dari seratus dan variable yang digunakan hanya dua. Tentu bagi peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden dan menambah jumlah variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Asmawati, Asmawati. 2019. "Analisis Pelayanan Nasabah Pada PT Bank Mandiri Tbk. Kantor Cabang Tanjung Redeb (Studi Kasus Pada Layanan Setor Tunai)." *JEMMA: Jurnal of Economic, Management and Accounting* 2(1):77–88. doi: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v2i1.145>.
- Bank Aceh. 2023. "Sejarah Singkat Perusahaan." *Bank Aceh*. Retrieved July 25, 2023 (https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82).
- Chin, Wynne W., and Peter A. Todd. 1995. "On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in Mis Research: A Note of Caution." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 19(2):237–46. doi: 10.2307/249690.
- Chumaidi, Edy. 2023. "Model Pembiayaan Dan Pembayaran Sistem Cashless Di UIN KH. Abdurrahman Wahid." *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1(1):16–26. doi: 10.55681/ARMADA.V1i1.237.
- Darmawan, Dani. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dayyan, Muhammad. 2016. "Resistensi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Langsa." *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 6(2):247–58. doi: 10.15408/ess.v6i2.3571.
- Dayyan, Muhammad, and Rifyal Dahlawy Chalil. 2020. "The Attitude of Merchants Towards Fatwa on Riba and Conventional Bank in Langsa." *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 9(1):48–71. doi: 10.22373/share.v9i1.6372.
- Farhan, Ahmad, and Aishwari Wardani Shifa. 2023. "Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM Di Era Digital." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* 4(2):1198–1206. doi: <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1045>.
- Fatihudin, Didin, and Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, Guntur, and Ari Susanti. 2023. "Pengaruh Lifestyle Hedonisme, Kemampuan Finansial Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Transaksi Cashless Pada Generasi Milenial Di Surakarta." *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* 2(Mei):442–54. doi: <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.151>.
- Hamsa, Amrizal, and Arroyan Ramly. "Determinants of Financial Literacy on Micro Waqf Banks in Aceh." *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 11, no. 1 (2022): 229–250.
- Hosseini, Maryam, Neda Abdolvand, and Saeedeh Rajaee Harandi. 2022. "Two-Dimensional Analysis of Customer Behavior in Traditional and Electronic Banking." *Digital Business* 2(2):1–10. doi: 10.1016/j.digbus.2022.100030.
- Hussein, Ananda Sabil. 2015. *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) Dengan Smart PLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Julian, and Ropi Marlina. 2018. "Preferensi Nasabah Memilih Bank Syariah Dilihat Dari Aspek Karakteristik Nasabah." *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 3(2):48–62. doi: 10.34308/eqien.v3i2.27.

- Kasmir. 2012. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cet. ke-11. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kismawadi, Early Ridho, and Uun Dwi Al Muddatstsir. 2018. "Persepsi Masyarakat Tentang Akan Dikonversinya Bank Konvensional Ke Bank Syariah Di Aceh Studi Kasus Di Kota Langsa." *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 2(2):136–48. doi: 10.32505/ihtiyath.v2i2.707.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Jakarta: Prenhallindo.
- Monica, Yolania. 2022. "Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 10(1):1–15.
- Muchtaram, Karimah Mafisah, Anton Priyo Nugroho, and Wuri Suhasti. 2019. "Peran Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Non Tunai: Perluasan Teori Technology Acceptance Model." Pp. 1–14 in *Seminar Nasional Ekonomi Islam*. Yogyakarta: FORKOM PTKIS.
- Nugrahini, Dian Essa, and Ahmad Hijri Alfian. 2023. "Persepsi Penggunaan E-Payment Di Era Cashless Society: Peran Nilai Online Shopping, Manfaat E-Payment Dan Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance)." *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL* 12(1):88–99. doi: <https://doi.org/10.29303/jmm.v12i1.764>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. "Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif." OJK. Retrieved June 23, 2023 (<https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Layanan-Kuangan-Tanpa-Kantor-dalam-Rangka-Kuangan-Inklusif.aspx>).
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing* 49(4):41–50. doi: <https://doi.org/10.2307/1251430>.
- Putri, Retnandi Meita. 2018. "Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Bank Syariah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai (Studi Kasus Pada Bank Syariah Di Kota Semarang)." Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Pyndick, Robert S., and Daniel L. Rubinfeld. 2012. *Mikroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmadhania, Idfizati Merystiayu, and Multi fiah. 2014. "Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan Teller Dan Cash Deposit Machine PT. Bank Swasta XXX Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya* 2(2).
- Rahmatia, Rahmatia, Afriana Lomagio, Meyanti Meyanti, and Sulfia Sulfia. 2022. "Analisis Penerimaan Teknologi Pada Penggunaan Digitalisasi Layanan Perbankan Syariah Di Provinsi Gorontalo." *SEIKO: Journal of Management & Business* 5(2):351–61. doi: 10.37531/SEJAMAN.V5I2.2009.
- Ratnasari, Ririn Tri, and Mastuti H. Aksa. 2011. *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Surabaya: Ghalia Indonesia.
- Ramly, A., & Hamsa, A. (2023). "Public Preference For Micro Waqf Banks: An Effort To Increase Community Business." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2).
- Rufaidah, Erlina. 2015. *Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Simamora, Nurtiandriyani. 2023. "Era Cashless, Perbankan Fokus Ekspansi ATM Setor Tarik Gantikan ATM Tunai." *Kontan.Co.Id*. Retrieved October 29, 2023 (<https://keuangan.kontan.co.id/news/era-cashless-perbankan-fokus-ekspansi-atm-setor-tarik-gantikan-atm-tunai>).
- Suadah, Suadah. 2015. "Studi Perbandingan Kepuasan Nasabah Antara Setoran Manual Dan Menggunakan Mesin Setoran Tunai Pada Bank BCA Kota Banjarmasin." UIN Antasari Banjarmasin.
- Sukti, Surya, and Muhammad Aliansyah. 2017. "Preferensi Nasabah Non-Muslim Terhadap Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya)." *El-Mashlahah* 7(2):13–26. doi: 10.23971/el-mas.v7i2.1424.
- Sulisdika, Salsa Dinda, Teuku Muhammad Syahrizal, and Eka Nurlina. 2022. "Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment." *AT-TASYRI': JURNAL ILMIAH PRODI MUAMALAH* 14(2):87–99. doi: 10.47498/TASYRI.V14I1.1096.
- Ulfi, Izzani. 2020. "Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non-Tunai: Sebuah Studi Literatur." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 25(1):55–65. doi: <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i1.2379>.
- Wiastono, Agus, and Ferra Eka Ramadhani. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan ATM Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KCP Bank BRI Malang." *JOURNAL KOPERASI DAN MANAJEMEN* 2(01):38–48.
- Yuliani, Sri. 2019. "Pengaruh Pemahaman Dan Aksesibilitas Penggunaan Cash Deposit Machine Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)." UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Yutaviando, Abi. 2019. "Analisa Determinan Preferensi Transaksi Non-Tunai (Studi Kasus Penggunaan E-Money Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 7(2).