



PENGARUH DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH: “STUDI PADA MAHASISWA YANG MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING”

Kamaruddin¹, Adelia Sari², Erni³, Akmal Aswad⁴

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar

Email: kamaruddin.arsyad@uin-alauddin.ac.id, adelia050405@gmail.com

ABSTRAK

Perbankan digital telah menjadi inovasi besar dalam industri perbankan modern. Dengan kemajuan teknologi, bank syariah juga mulai memperkenalkan layanan digital untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabahnya. Mobile banking, salah satu jenis perbankan digital, memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat selulernya. Penelitian kuantitatif menggunakan metode empiris, obyektif, dan heuristik. Tujuan dari penelitian jenis ini adalah untuk mengetahui bagaimana layanan mobile banking mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, sampel populasi diambil dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data utama, dengan jumlah responden sebanyak 50 orang yang diolah dengan SPSS 30. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis regresi linier untuk menganalisis variabel independen e-banking (X1), kualitas layanan (X2), dan kepercayaan dan keamanan (X3) serta variabel dependen kepuasan nasabah (Y) menggunakan layanan Perbankan Syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bank syariah dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci:

Perbankan Syariah, Kepuasan Nasabah, M-Banking, Literasi Halal

ABSTRACT

Digital banking has become a major innovation in the modern banking industry. With advances in technology, Islamic banks have also begun to introduce digital services to increase efficiency and comfort for their customers. Mobile banking, a type of digital banking, allows customers to carry out various banking transactions via their mobile devices. Quantitative research uses empirical, objective and heuristic methods. The aim of this type of research is to find out how mobile banking services affect customer satisfaction. In this research, the population sample was taken using a questionnaire as the main data collection tool, with a total of 50 respondents who were processed with SPSS 30. This research uses several linear regression analysis techniques to analyze the independent variables e-banking (X1), service quality (X2), and trust and security (X3) as well as the dependent variable customer satisfaction (Y) using Sharia Banking services. It is hoped that the results of this research will be useful for Islamic banks in formulating strategies to increase customer satisfaction.

Keywords:

Sharia Banking, Customer Satisfaction, M-Banking, Halal Literacy

PENDAHULUAN

Digital banking telah menjadi inovasi besar dalam industri perbankan modern. Dengan kemajuan teknologi, bank syariah juga mulai mengadopsi layanan digital untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi nasabah mereka. Mobile banking, sebagai salah satu bentuk digital banking, memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat seluler. Layanan ini tidak hanya menawarkan kemudahan akses, tetapi juga berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah melalui fitur-fitur yang lebih canggih dan user-friendly. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana layanan mobile banking berdampak pada kepuasan pelanggan bank syariah, dengan penekanan khusus pada pelanggan yang menggunakan layanan ini.

Berbagai industri, termasuk perbankan, telah mengalami transformasi besar sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Bank syariah, yang beroperasi sesuai dengan syariah, tidak ketinggalan dalam menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan layanan mereka. Untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin mobile dan dinamis, bank syariah menawarkan layanan mobile banking. Menurut Dooney dan Cannon, kepercayaan muncul ketika konsumen percaya pada integritas dan keandalan mitra mereka. Kepercayaan nasabah terhadap proses dan transaksi perbankan elektronik sangat penting. Kepercayaan adalah hal utama yang harus dipertimbangkan saat memutuskan untuk menggunakan layanan mobile banking. Sebuah sistem perbankan mobile harus mudah digunakan, cepat, dan stabil. Meskipun layanan perbankan seluler memiliki banyak keuntungan, pelanggan masih jarang menggunakannya dan kurang menarik. Mereka lebih memilih melakukan transaksi di ATM atau toko. Menurut data dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), jumlah pelanggan kartu SIM di Indonesia diperkirakan meningkat sekitar 5-7% per tahun. Pada tahun 2024, jumlah pelanggan kartu SIM diperkirakan mencapai sekitar 352 juta, meningkat dari sekitar 334 juta pada tahun 2023. Namun, untuk layanan mobile banking, adopsi terus meningkat dengan pesat. Pada tahun 2023, sekitar 64% dari populasi telah menggunakan aplikasi perbankan di smartphone mereka (Purwati, 2018).

Berdasarkan riset Sharing Vision, jumlah pengguna SMS/mobile banking telah mencapai sekitar 352 juta, yang menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perilaku transaksi konsumen. Namun, perangkat ini memiliki kerentanan yang dapat membuat sistem layanan menjadi offline. Layanan mobile banking cepat, efisien, dan tersedia kapan saja dan di mana saja, sehingga nasabah tidak perlu antre di loket untuk mentransfer uang (Umam, 2018). Pelanggan lebih memilih mobile banking karena memungkinkan mereka menyelesaikan transaksi lebih cepat. Namun mobile banking juga memiliki kelemahan yang patut Anda waspadai. Hal ini mencakup peningkatan aktivitas ilegal di Internet, seperti pencurian layanan perbankan online dan penculikan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Dengan semakin banyaknya pengguna internet yang menggunakan ponsel pintar, penggunaan mobile banking terus tumbuh, dan minat konsumen terhadap layanan ini terus meningkat.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor-faktor seperti kecepatan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan keandalan aplikasi menjadi penentu utama dalam menilai kualitas layanan ini. Di Indonesia, bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) telah meluncurkan

aplikasi mobile banking yang dirancang untuk memberikan pengalaman perbankan yang lebih baik bagi nasabahnya. Namun, masih terdapat tantangan dalam memastikan bahwa layanan ini benar-benar memenuhi harapan nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka.

Penelitian ini menggunakan studi kasus nasabah mobile banking Bank Syariah Indonesia untuk mengetahui lebih detail bagaimana layanan mobile banking berdampak pada kepuasan nasabah Bank Syariah. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik bagi bank syariah untuk meningkatkan kualitas layanan digitalnya dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

METODOLOGI PENELITIAN

Empiris, objektif, dan eksploratif adalah pendekatan yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Dampak layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah tujuan dari penelitian ini. Kuesioner adalah metode utama pengumpulan data dalam penelitian ini untuk mengumpulkan sampel populasi. Untuk melihat bagaimana variabel independen E-Banking (X1), kualitas layanan (X2), dan kepercayaan dan keamanan (X3) berhubungan dengan variabel dependen, kepuasan nasabah (Y) pelanggan m-banking syariah. Hal ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Studi ini menggunakan metode sampel purposive, dan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah lima puluh orang yang disurvei melalui kuesioner. Setelah itu, data yang dikumpulkan diproses dengan menggunakan program SPSS versi 30.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Responden

Tabel 1 menunjukkan demografi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, tempat tinggal, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan jenis bank syariah yang digunakan.

Tabel 1: Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	34
	Perempuan	16
Usia	17- 20 tahun	35
	21-24 tahun	13
	< 25 tahun	2
Domisili	Makassar	35
	Gowa	12
	Antang	3
Pekerjaan	Mahasiswa	50
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK/Sederajat	37
	Sarjana (S1, S2, S3)	13
	Diploma (D1, D2, D3, D4)	0
Aplikasi M-Banking Syariah yang Digunakan	BSI Mobile	40
	BCA Syariah Mobile	3

	Muamalat Din	6
	M-Syariah	1
	Aladin Bank	0

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas orang yang mencoba menggunakan layanan m-banking adalah perempuan. Sebagian besar responden berusia antara 17 dan 25 tahun. Sebagian besar dari mereka memiliki pekerjaan dan pendidikan terakhir sebagai pelajar atau mahasiswa SMA/SMK atau setara. Selain itu, responden menggunakan BSI Mobile sebagai aplikasi m-banking syariah paling sering.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas adalah langkah penting dalam penelitian untuk memastikan bahwa instrumen pengumpulan data yang digunakan akurat dan konsisten. Uji validitas mengevaluasi apakah instrumen benar-benar mengukur konsep yang dimaksud, dengan berbagai jenis seperti validitas isi, konstruksi, dan kriteria. Sementara itu, uji reliabilitas memastikan bahwa hasil pengukuran konsisten saat instrumen digunakan dalam kondisi yang sama, meliputi reliabilitas test-retest, konsistensi internal, dan antar penilai. Dengan melakukan uji ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipercaya dan relevan untuk analisis lebih lanjut. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Indikator	Validitas	Reliabilitas
X 1.1	0.700	0.899
X 1.2	0.447	
X 1.3	0.648	
X 2.1	0.634	0.478
X 2.2	0.366	
X 2.3	0.655	
X 3.1	0.629	0.640
X 3.2	0.606	
X 3.3	0.623	
Y 1.1	0.890	0.865
Y 1.2	0.792	
Y 1.3	0.758	
Y 1.4	0.814	
Y 1.5	0.778	

Sumber: Data primer diolah (2024)

Semua pernyataan dalam penelitian ini valid dan reliabel, menurut Tabel 2, karena hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0.2787) dan hasil uji

reliabilitas menunjukkan bahwa sebagian besar nilai alfa Cronbach lebih besar dari standar alfa Cronbach (0.500).

Uji Normalitas

Uji statistik Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk memastikan bahwa data terdistribusi secara normal. Dalam uji ini, kriteria berikut digunakan untuk membuat kesimpulan: nilai probabilitas signifikan lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa distribusi data normal; nilai probabilitas signifikan kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa distribusi data tidak normal.

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		TOTALX1	TOTALX2	TOTALX3	TOTALY	
N		50	50	50	50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	13.64	13.52	13.38	22.40	
	Std. Deviation	1.396	1.374	1.398	2.688	
Most Extreme Differences	Absolute	.275	.199	.218	.224	
	Positive	.200	.166	.218	.174	
	Negative	-.275	-.199	-.217	-.224	
Test Statistic		.275	.199	.218	.224	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	<.001	<.001	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001	<.001	<.001	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000	.000	.000	.000
		Upper Bound	.000	.000	.000	.000
a. Test distribution is Normal.						
b. Calculated from data.						
c. Lilliefors Significance Correction.						
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.						

Sumber: Data primer diolah (2024)

Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Asymp. Sig. (2-tailed) atau Monte Carlo Sig. (2-tailed) untuk semua variabel (TOTALX1, TOTALX2, TOTALX3, TOTALY) adalah <.001. Ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi umum seperti 0.05 atau 0.01. Artinya, kita menolak pernyataan pertama (a) yang menyatakan bahwa data berdistribusi normal. Test Statistic menunjukkan nilai-nilai besar (0.275, 0.199, 0.218, 0.224) untuk masing-masing variabel, mengindikasikan deviasi yang signifikan antara distribusi data dan distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi dianggap baik jika tidak ada masalah multikolinearitas, seperti yang ditunjukkan oleh nilai faktor penginflasi variabel (VIF), juga dikenal sebagai nilai toleransi, yang dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) atau

nilai toleransi. Nilai toleransi yang ideal adalah $\geq 0,100$ dan nilai VIF $\leq 10,00$. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel dalam penelitian ini terbukti bebas dari multikolinearitas karena nilai Tolerance $0,152 > 0,100$ dan nilai VIF $6,582 < 10,00$, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4: Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1			
	X1	.193	5.179
	X2	.343	2.914
	X3	.152	6.582

Sumber: Data primer diolah (2024)

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menilai hubungan antara beberapa variabel. Tiga variabel independen dan satu variabel dependen diuji dalam penelitian ini. Hasil uji regresi berganda ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5: Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.870	2.105		-.888	.379
	E-Banking	.794	.326	.412	2.437	.019
	Kualitas Layanan	.724	.248	.370	2.917	.005
	Kepercayaan dan Keamanan	.273	.367	.142	.744	.461

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 di atas, persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

Kepuasan Nasabah = $-1.870 + 0.794$ E-Banking + 0.724 Kualitas Layanan + 0.273 Kepercayaan dan Keamanan

Berikut adalah analisis dari persamaan regresi di atas:

1. Konstanta memiliki nilai positif sebesar -1.870. Ini menunjukkan bahwa jika variabel E-banking, kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan bernilai nol, maka kepuasan nasabah pengguna layanan mobile banking syariah akan menurun sebesar -1.870 satuan.
2. Koefisien regresi untuk variabel E-banking (X1) adalah 0.794, yang berarti jika variabel E-banking (X1) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.794 satuan.
3. Koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (X2) adalah 0.724, yang menunjukkan bahwa jika variabel kualitas layanan (X2) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.724 satuan.
4. Koefisien regresi untuk variabel keamanan dan kepercayaan (X3) adalah 0.273, yang menunjukkan bahwa jika variabel keamanan dan kepercayaan (X3) meningkat satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.273 satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Dalam penelitian uji t (parsial) digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Hasil (parsial) uji-t ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6: Hasil Uji Hipotesis T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.870	2.105		-.888	.379		
	TOTAL X1	.794	.326	.412	2.437	.019	.193	5.179
	TOTAL X2	.724	.248	.370	2.917	.005	.343	2.914
	TOTAL X3	.273	.367	.142	.744	.461	.152	6.582

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data primer diolah (2024)

1. E- Banking (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X1) 0.019 Sehingga Hasil Variabel X1 berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Karena Nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0.019 < 0,05$).
2. Kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X2) 0,005 Sehingga Hasil Variabel X2 berpengaruh kepuasan nasabah Karena Nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,005 < 0,05$).
3. Keamanan dan kepercayaan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X3) 0,461 Sehingga Hasil Variabel X3 tidak berpengaruh kepuasan nasabah Karena Nilai signifikan yang lebih besar dari nilai probabilitas ($0,461 > 0,05$).

Uji F

Uji ini F dipakai buat mengetahui apakah semua variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan memakai jasa Bank Syariah). Berikut adalah output uji F yg pada hidangkan dalam Tabel 7.

Tabel 7: Hasil Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263.991	3	87.997	44.972	<.001 ^b
	Residual	90.009	46	1.957		
	Total	354.000	49			
a. Dependent Variable: TOTALY						
b. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX2, TOTALX1						

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dapat dilihat pada hasil uji F yang dihitung menggunakan program SPSS 30, terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel (X1), variabel (X2), dan variabel (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi ini mengukur seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Tabel 8 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 7: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.729	1.399
a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX2, TOTALX1				
b. Dependent Variable: TOTALY				

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 8 di atas, hasil perhitungan nilai R² diperoleh angka 0,746 atau 74,6%, maka besar pengaruh E-banking, kualitas layanan, dan kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 74,6%.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pengaruh E-Banking Pada Aplikasi Mobile Banking Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Aplikasi mobile banking memungkinkan nasabah dengan mudah melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus mengunjungi cabang fisik. Fungsi tersebut mencakup kemampuan mengirim uang, membayar tagihan, dan memeriksa saldo kapan saja, di mana saja, sehingga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi bagi pelanggan. Selain itu, fitur tambahan seperti notifikasi transaksi dan layanan pelanggan online juga menambah nilai positif bagi pengalaman nasabah. Namun, keberhasilan e-banking sangat bergantung pada keandalan dan keamanan sistem yang digunakan. Jika nasabah mengalami masalah teknis atau merasa tidak aman saat menggunakan layanan e-banking, hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka.

Pengaruh Kualitas Layanan pada Aplikasi Mobile Banking Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan yang baik adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Aspek-aspek seperti keandalan, empati, dan responsivitas dari staf bank sangat penting. Nasabah yang merasa dilayani dengan baik dan dihargai cenderung lebih puas dan loyal terhadap bank tersebut. Misalnya, staf yang cepat tanggap terhadap keluhan atau pertanyaan nasabah dapat meningkatkan persepsi positif terhadap bank. Selain itu, kualitas layanan juga mencakup fasilitas fisik dan digital yang disediakan oleh bank. Lingkungan yang nyaman di cabang bank, serta antarmuka yang user-friendly pada aplikasi mobile banking, dapat meningkatkan pengalaman nasabah.

Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan pada Aplikasi Mobile Banking Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan adalah elemen kunci dalam hubungan antara bank dan nasabah. Nasabah yang percaya bahwa bank mereka dapat diandalkan dan menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka cenderung lebih puas. Kepercayaan ini dapat dibangun melalui transparansi dalam operasional bank dan komunikasi yang jujur dengan nasabah. Misalnya, memberikan informasi yang jelas tentang biaya dan kebijakan bank dapat meningkatkan kepercayaan nasabah. Selain itu, reputasi bank juga memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan. Bank yang memiliki track record yang baik dalam hal keamanan dan layanan pelanggan akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan nasabah.

Keamanan adalah faktor kritis dalam layanan perbankan, terutama dalam konteks e-banking. Nasabah harus merasa yakin bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka aman dari ancaman siber. Bank menerapkan berbagai langkah-langkah keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan otentikasi dua faktor, dapat memberikan ketenangan pikiran bagi nasabah. Keamanan yang baik juga mencakup perlindungan terhadap penipuan dan akses tidak sah. Persepsi keamanan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga kepercayaan mereka terhadap bank. Nasabah yang merasa aman akan lebih cenderung menggunakan layanan yang e-banking secara rutin dan merekomendasikannya kepada orang lain.

PENUTUP

Simpulan

Digital banking, termasuk mobile banking, sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja, yang secara signifikan meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, kualitas layanan yang baik, kepercayaan yang dibangun melalui transparansi dan reputasi bank, serta keamanan yang terjamin dalam transaksi digital, semuanya berkontribusi positif terhadap

kepuasan nasabah. Namun, keberhasilan digital banking sangat bergantung pada keandalan dan keamanan sistem yang digunakan. Masalah teknis atau kekhawatiran tentang keamanan dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah.

1. E- Banking (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X1) 0.019 Sehingga Hasil Variabel X1 berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Karena Nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0.019 < 0,05$).
2. Kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X2) 0,005 Sehingga Hasil Variabel X2 berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Karena Nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,005 < 0,05$).
3. Keamanan dan kepercayaan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) Nilai Signifikan dari (X3) 0,461 Sehingga Hasil Variabel X3 tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Karena Nilai signifikan yang lebih besar dari nilai probabilitas ($0,461 > 0,05$).
4. Berdasarkan Tabel 8 di atas, hasil perhitungan nilai R^2 diperoleh angka 0,746 atau 74,6%, maka besar pengaruh E-banking, kualitas layanan, dan kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 74,6%.

Saran

1. Perluasan Variabel Penelitian: Selain e-banking, kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti user experience (pengalaman pengguna), customer support (dukungan pelanggan), dan inovasi teknologi. Ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Segmentasi Pasar: Penelitian dapat difokuskan pada segmen pasar tertentu, seperti nasabah milenial, nasabah korporat, atau nasabah di daerah pedesaan. Segmentasi ini dapat membantu memahami kebutuhan dan preferensi spesifik dari berbagai kelompok nasabah.
3. Melakukan studi perbandingan antara bank konvensional dan bank syariah dalam penerapan digital banking dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Ini dapat membantu mengidentifikasi praktik terbaik dan area yang memerlukan perbaikan.
4. Keamanan yang Ditingkatkan: Bank perlu menginvestasikan lebih banyak dalam teknologi keamanan untuk melindungi data dan transaksi nasabah. Langkah-langkah seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan pemantauan aktivitas yang mencurigakan dapat meningkatkan rasa aman nasabah.

REFERENSI

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan keamanan, dan fitur m-banking terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah indonesia (studi kasus BSI KCP sumenep). *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70-89.
- Amin, M. (2016). Internet Banking Service Quality and Its Implication on E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty *International Journal of Bank Marketing* 34(3), 280-306
- Amron E (9UOO Analicis DonaorahAmran, F. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kinerja Perbankan Pada Klasifikasi Kelompok Bank Berdasarkan

- Modal Inti 3 dan 4 dengan Tingkat Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. Universitas Hasanuddin. Diakses dari repository.unhas.ac.id.
- Andrianto, I. K., Sudarwanto, T., & Haryanti, P. (2022). Pengaruh Performance, Reliability, And Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BRI Syariah Kc Jombang. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 3(2), 91-99.
- Anggih Dea, P. (2023). PENGARUH DIGITAL BANKING TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI PURWOKERTO) (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. (2012). E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16, 293-306.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*.
- Anggraini, M. J., Sani, A., & Harahap, A. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 16-43.
- Aushaf, I. (2020). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah menurut Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Diakses dari [repository.radenintan.ac.id] (<https://repository.radenintan.ac.id/11756/1/PUSAT%201%202.pdf>).
- Fatimah, S. (2024). The Influence of Credibility, Perceptions and Preferences to Use Mobile Banking Bank Syariah Indonesia in Makassar: Pengaruh Kredibilitas, Persepsi dan Preferensi terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Makassar. *Al-Muhasabah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 1(2), 1-14.
- Firdaus, I. (2023). Pengaruh Layanan E- Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro). Institut Agama Negeri (IAIN) Metro. Diakses dari repository.metrouniv.ac.id.
- Gani, A., Ningsih, P. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jambi. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(6), 118-126.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 101-118.
- Hilwiyatul Ahla, B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diakses dari [repository.uinjkt.ac.id] (<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/64105/1/BAIQ%20HILWIYATUL%20AHLA-FDK.pdf>).
- Imelda, S., & Muhammad, S. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN M BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANJARMASIN. *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik dan Niaga*, 24(1), 21-29.
- Istiqamah, N., Latief, F., & Ngandoh, A. M. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA CABANG MAKASSAR. *Nobel Management Review*, 3(4), 566-578.

- Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2023). Pengaruh Kualitas Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Hukum Bisnis Islam*. Diakses dari jurnal.ar-raniry.ac.id.
- Muzdalipah, M. M., & Mahmudi, M. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah: Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 12-21.
- Nurhayani, N., Kamilah, K., & Rahmani, N. A. B. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL BANKING SEBAGAI LAYANAN TRANSAKSI ONLINE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BSI SYARIAH KABUPATEN LANGKAT. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(1).
- Putra, A. S., Khudhori, K. U., & Fitmawati, F. (2024). Pengaruh Spiritualitas Dan Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Indonesia Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Doctoral dissertation, Institut agama islam negeri curup).
- Rusli, A. M. (2022). Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Unismuh Makassar). *Islamic Banking, Economic And Financial Journal*, 2(2), 83-102.
- Sapiri, M., Awaluddin, M., Sijal, M., & Nur, F. (2024). Layanan Mobile Digital Islamic Network dan Kepuasan Nasabah PT Bank Muamalat. *Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)*, 5(1), 80-88.
- SARI, A., AFRIDA, Y., & MARDIAH, N. (2022). THE INFLUENCE OF MOBILE BANKING SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF INDONESIAN SHARIA BANK (CASE STUDY: ASN UIN IMAM BONJOL PADANG). *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 7(1), 55-68.
- Setiagraha, D., Sakti, I. P., & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39-48.
- Susanto, I., Mukri, M., Bahrudin, M., & Hanif, H. (2022). Efektivitas dan Risiko Penggunaan M-Banking pada Bank Syariah Indonesia Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 3(2), 161-170.
- Tyanisa, F., & Hasanah, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Service Quality terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking Syariah pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Masyarakat DKI Jakarta). In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3)*.
- Widianingrum, K. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Yulianti, H. D. PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING, FITUR APLIKASI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE DI JABODETABEK (Bachelor's thesis, FEB UIN JAKARTA).