

PENGARUH DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH: “Studi Pada Mahasiswa Yang Menggunakan Layanan Mobile Banking”

Adelia Sari¹, Erni², Kamaruddin Arsyad³, Akmal Aswad⁴

adelia050405@gmail.com¹, aprilianerni079@gmail.com², dr.kamaruddin46@gmail.com³,
akmalaswada@gmail.com⁴

UIN Alauddin Makassar

Abstrak

Perbankan digital telah berkembang menjadi kemajuan besar dalam industri perbankan kontemporer. Dengan kemajuan teknologi, bank syariah juga mulai menawarkan layanan digital untuk meningkatkan produktivitas dan kemudahan pelanggan. Klien dapat melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat seluler mereka dengan mobile banking, salah satu jenis perbankan digital. Metode empiris, obyektif, dan heuristik digunakan dalam penelitian kuantitatif. Bagaimana layanan mobile banking mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah tujuan dari penelitian jenis ini. Dalam sampel penelitian ini, metode pengumpulan data utama adalah kuesioner, yang digunakan untuk mengumpulkan data dari jumlah peserta sebanyak lima puluh orang, yang diolah dengan program SPSS 30. Variabel independen perbankan e-banking (X1), kualitas layanan (X2), kepercayaan dan keamanan (X3) dan variabel ketergantungan kepuasan nasabah (Y) yang menggunakan layanan perbankan syariah dievaluasi dalam penelitian ini.

Kata kunci: Perbankan Syariah, Kepuasan Nasabah, M-Banking, Literasi Halal.

Abstract

Digital banking has developed into a major advancement in the contemporary banking industry. With advances in technology, Islamic banks have also begun to offer digital services to increase productivity and customer convenience. Clients can carry out various banking transactions via their mobile devices with mobile banking, a type of digital banking. Empirical, objective, and heuristic methods are used in quantitative research. How mobile banking services affect customer satisfaction is the aim of this type of research. In this research sample, the main data collection method is a questionnaire, which is used to collect data from a total of fifty participants, which is processed using the SPSS 30 program. Independent variables are e-banking banking (X1), service quality (X2), trust and security (X3) and the dependent variable customer satisfaction (Y) who use sharia banking services were evaluated in this research.

Keywords: Sharia Banking, Customer Satisfaction, M-Banking, Halal Literacy.

PENDAHULUAN

Digital banking telah menjadi inovasi yang signifikan dalam industri perbankan modern. Seiring dengan kemajuan teknologi, bank syariah pun mulai mengintegrasikan layanan digital untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi nasabahnya. Mobile banking, sebagai salah satu bentuk digital banking, memungkinkan nasabah untuk melakukan beragam transaksi perbankan melalui perangkat seluler mereka. Layanan ini tidak hanya menawarkan akses yang lebih mudah, tetapi juga berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah berkat fitur-fitur yang lebih canggih dan ramah pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan pelanggan bank syariah, dengan perhatian khusus pada nasabah yang memanfaatkan layanan tersebut.

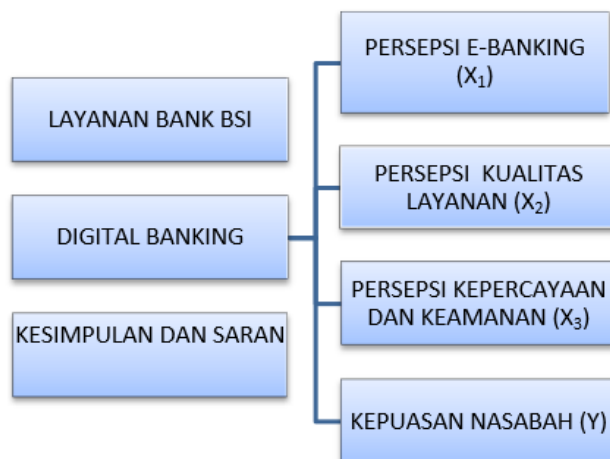
Sejumlah industri, termasuk perbankan, telah mengalami transformasi signifikan berkat kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Bank syariah, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, juga tidak kalah dalam

memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pelayanan. Dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin mobile dan dinamis, bank syariah kini menyediakan 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 merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan saat memutuskan untuk menggunakan layanan mobile banking. Sistem perbankan mobile seharusnya dirancang agar mudah digunakan, cepat, dan stabil. Meskipun layanan perbankan seluler menawarkan banyak keuntungan, banyak pelanggan masih jarang memanfaatkannya dan kurang tertarik. Mereka cenderung lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau di toko fisik. Berdasarkan data dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI), jumlah pelanggan kartu SIM di Indonesia diperkirakan akan meningkat sekitar 5-7% setiap tahunnya. 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).

Menurut riset yang dilakukan oleh Sharing Vision, jumlah pengguna SMS dan mobile banking kini telah mencapai sekitar 352 juta, indikasi jelas terjadinya perubahan signifikan dalam perilaku transaksi konsumen. Meskipun layanan ini menawarkan kecepatan, efisiensi, dan aksesibilitas yang tinggi kapan pun dan di mana pun, terdapat kerentanan yang dapat menyebabkan gangguan pada sistem pelayanan. Saat ini, banyak nasabah yang lebih memilih mobile banking karena kemampuannya untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat tanpa perlu mengantri di loket (Umam, 2018). Namun, penting untuk diingat bahwa mobile banking juga memiliki risiko yang perlu diwaspadai. Aktivitas ilegal di dunia maya, seperti pencurian layanan perbankan online dan penipuan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, semakin meresahkan. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet yang mengandalkan smartphone, minat konsumen terhadap mobile banking pun terus berkembang.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Faktor-faktor seperti kecepatan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan keandalan aplikasi menjadi elemen kunci 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 para nasabah. Meski demikian, tantangan tetap ada untuk memastikan bahwa layanan ini dapat memenuhi harapan nasabah dan meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus untuk mengeksplorasi pengalaman nasabah mobile banking di Bank Syariah Indonesia. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendalami dampak layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. Diharapkan, hasil temuan dari studi ini dapat memberikan wawasan berharga bagi bank syariah dalam upaya meningkatkan kualitas layanan digital mereka, yang selanjutnya dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah. Berdasarkan tinjauan teori yang telah disampaikan dan hasil penelitian sebelumnya, prinsip-prinsip penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut:



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kuantitatif, pendekatan yang diterapkan bersifat empiris, objektif, dan eksploratif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Data utama dikumpulkan melalui kuesioner, yang berfungsi untuk mengambil sampel dari populasi yang diteliti. Fokus dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara beberapa variabel independen, yaitu E-Banking (X_1), kualitas layanan (X_2), serta kepercayaan dan keamanan (X_3), terhadap variabel dependen, yakni kepuasan nasabah (Y) yang menggunakan m-banking syariah. Untuk mencapai tujuan tersebut, analisis regresi linear berganda diterapkan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana total sampel yang dibutuhkan berjumlah lima puluh responden yang akan disurvei melalui kuesioner. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan program SPSS versi 30 untuk mengolah dan menganalisis informasi yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

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
	BSI Mobile	40

Syariah yang Digunakan	BCA Syariah Mobile	3
	Muamalat Din	6
	M-Syariah	1
	Aladin Bank	0

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.

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas merupakan langkah krusial dalam penelitian yang bertujuan untuk memastikan akurasi dan konsistensi instrumen pengumpulan data yang digunakan. Validitas mengukur sejauh mana instrumen tersebut tepat dalam merepresentasikan konsep yang ingin diteliti, yang dapat terbagi menjadi beberapa jenis, seperti validitas isi, konstruksi, dan kriteria. Di sisi lain, reliabilitas menilai konsistensi hasil pengukuran ketika instrumen diterapkan dalam kondisi yang sama, mencakup aspek seperti reliabilitas test-retest, konsistensi internal, dan penilai antar-rater. Dengan melaksanakan pengujian ini, peneliti dapat menjamin bahwa data yang diperoleh layak dipercaya dan relevan untuk analisis selanjutnya. Hasil dari pengujian 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 dinyatakan valid dan reliabel, seperti yang tercantum dalam Tabel 2. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel (0.2787). Selain itu, hasil uji reliabilitas mengindikasikan bahwa sebagian besar nilai alfa Cronbach melebihi standar minimum yang ditetapkan, yaitu 0.500.

Uji Normalitas

Uji statistik Kolmogorov-Smirnov diterapkan untuk menentukan apakah data memiliki distribusi normal. Dalam proses pengujian ini, terdapat kriteria yang menjadi acuan dalam menarik kesimpulan. Jika nilai probabilitas yang signifikan lebih besar dari 0,05, kita dapat menyimpulkan bahwa distribusi data tersebut normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas yang signifikan kurang dari 0,05, maka distribusi data dinyatakan tidak normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		TOTA LX1	TOTA LX2	TOTA LX3	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)

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tidak mengikuti distribusi normal. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) atau Monte Carlo Sig. (2-tailed) untuk semua variabel, yaitu TOTALX1, TOTALX2, TOTAL3, dan TOTALY, adalah sebagai berikut: 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 mengidentifikasi adanya korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi dianggap baik jika tidak terdapat masalah multikolinearitas, yang dapat diukur dengan variabel faktor penginflasi (VIF), juga dikenal sebagai nilai toleransi. Kriteria ideal untuk nilai toleransi adalah $\geq 0,100$, dan nilai VIF sebaiknya tidak melebihi 10,00. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel yang dianalisis bebas dari multikolinearitas, dengan nilai toleransi sebesar 0,152 (yang lebih besar dari 0,100) dan nilai VIF sebesar 6,582.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

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

Analisis regresi digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara beberapa variabel. Dalam penelitian ini, kami menginvestigasi tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Hasil dari uji regresi berganda dapat ditemukan 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 yang telah disampaikan:

1. Konstanta menunjukkan nilai positif sebesar -1.870. Hal ini mengindikasikan bahwa jika keempat variabel, yaitu E-banking, kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan, memiliki nilai nol, maka tingkat kepuasan nasabah pengguna layanan mobile banking syariah akan mengalami penurunan sebesar 1.870 satuan.
2. Koefisien regresi untuk variabel E-banking (X1) adalah 0.794. Ini berarti jika E-banking meningkat satu satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.794 satuan.
3. Sementara itu, koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (X2) adalah 0.724. Artinya, jika kualitas layanan mengalami peningkatan satu satuan, dengan variabel lain tetap konstan, kepuasan nasabah (Y) akan bertambah sebesar 0.724 satuan.
4. Terakhir, koefisien regresi untuk variabel keamanan dan kepercayaan (X3) tercatat sebesar 0.273. Ini menunjukkan bahwa jika keamanan dan kepercayaan ini meningkat satu satuan, dengan asumsi variabel lain konstan, maka kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0.273 satuan.

Uji Hipotesis

Uji T

Dalam penelitian ini, uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Hasil uji t parsial dapat dilihat 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		
	TOTALX1	.794	.326	.412	2.437	.019	.193	5.179
	TOTALX2	.724	.248	.370	2.917	.005	.343	2.914
	TOTALX3	.273	.367	.142	.744	.461	.152	6.582
a. Dependent Variable: TOTALY								

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 F ini digunakan untuk menentukan apakah semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat, yaitu keputusan untuk menggunakan jasa Bank Syariah. Hasil dari uji F tersebut disajikan 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						

Hasil analisis F yang diperoleh melalui program SPSS 30 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001. Angka ini lebih kecil dari 0,05, yang menandakan adanya signifikansi yang kuat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 8.

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				

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 8 di atas, nilai R^2 yang diperoleh adalah 0,746, yang setara dengan 74,6%. Ini menunjukkan bahwa pengaruh E-banking, kualitas layanan, serta kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah mencapai 74,6%.

Pembahasan

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

Aplikasi mobile banking memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa perlu mengunjungi cabang fisik. Dengan fitur ini, nasabah dapat mengirim uang, membayar tagihan, dan memeriksa saldo kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi. 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.

2. 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.

3. 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 merupakan aspek yang sangat penting dalam layanan perbankan, terutama dalam dunia e-banking. Nasabah perlu merasa yakin bahwa informasi pribadi dan transaksi mereka terlindungi dari ancaman siber. Untuk memberikan rasa aman tersebut, bank menerapkan berbagai langkah keamanan yang ketat, seperti enkripsi data dan autentikasi dua faktor. Dengan demikian, nasabah dapat menjalankan transaksi dengan pikiran yang tenang. Keamanan yang efektif juga mencakup perlindungan terhadap penipuan dan akses tidak sah. Persepsi akan keamanan yang tinggi bukan hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga memperkuat kepercayaan mereka terhadap bank. Nasabah yang merasa aman cenderung menggunakan layanan e-banking secara rutin dan merekomendasikannya kepada orang lain.

KESIMPULAN

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 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 ($0,461 > 0,05$).
4. 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%.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 (9U00 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*.
- Angraini, 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)*.
- Widaningrum, 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).