



PENGARUH PERKEMBANGAN DIGITAL BANKING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KCP PANYABUNGAN

Siti Wulandari¹, Siti Kholijah², Erpiana Siregar³, Yusrizal⁴

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia

⁴UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email kontributor: sitiwulandari0519@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perkembangan digital banking dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Panyabungan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden yang merupakan nasabah BSI KCP Panyabungan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel perkembangan digital banking (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai $t_{hitung} 3,312 > t_{tabel} 1,978$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ berarti hipotesis (H_{a1}) diterima (H_{o1}) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perkembangan Digital Banking (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) BSI KCP Panyabungan. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Panyabungan dengan nilai $t_{hitung} 5,251 > t_{tabel} 1,978$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti hipotesis (H_{a2}) diterima (H_{o2}) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) BSI KCP Panyabungan. Secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Panyabungan dengan nilai $F_{hitung} 192,326 > F_{tabel} 3,07$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Perkembangan Digital Banking, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

Abstract

This study aims to determine the effect of digital banking development and service quality on customer satisfaction at BSI KCP Panyabungan. This study uses a quantitative method with a survey approach, where data are collected through questionnaires given to respondents who are customers of BSI KCP Panyabungan. The sampling technique used is simple random sampling with a sample size of 130 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression. The results of the t-test show that the digital banking development variable (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y) with a t-value of $3.312 > 1.978$ and a significance value of $0.001 < 0.05$, meaning the hypothesis (H_{a1}) is accepted (H_{o1}) is rejected. This shows that the variable of Digital Banking Development (X1) has an effect on Customer Satisfaction (Y) of BSI KCP Panyabungan. The variable of Service Quality (X2) also has a positive and significant effect on customer satisfaction of BSI KCP Panyabungan.

with a t-value of 5.251 table 1.978 and a significance value of $0.000 < 0.05$ means that the hypothesis (H_{a2}) is accepted (H_{o2}) is rejected. This shows that the variable of Service Quality (X_2) partially has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) of BSI KCP Panyabungan. Simultaneously, the results of the F test show that the Development of Digital Banking and Service Quality have a significant effect on Customer Satisfaction of BSI KCP Panyabungan with an F -value of 192.326 F_{ube} 3.07 and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Digital Banking Development, Service Quality, Customer Satisfaction*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Digital banking kini menjadi salah satu instrumen utama dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan keuangan. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan perlu memahami bagaimana digital banking dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Di Indonesia, khususnya, digital banking telah mengalami pertumbuhan pesat, seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di kalangan masyarakat (Zouari & Abdelhedi, 2020). Pada era globalisasi keuangan ini, proses transaksi menjadi instrumen utama yang mendorong transformasi ke era digital, di mana banyak aktivitas keuangan dilakukan secara daring. Perbankan Indonesia sendiri terdiri dari dua konsep, yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah, yang keduanya memiliki peranan penting bagi masyarakat dari berbagai lapisan. Kehadiran Bank Syariah di Indonesia menjadi solusi menambah kepercayaan masyarakat muslim terhadap aktivitas perbankan, dengan memberikan rasa aman dan nyaman dalam transaksi (Sulfila, 2023).

Perkembangan teknologi berdampak luas pada bisnis, sosial, politik, dan budaya yang berkembang seiring waktu, termasuk tingginya mobilitas masyarakat yang diakibatkan pergeseran perilaku dari hanya menggunakan tenaga manusia menjadi berbantuan teknologi. Digitalisasi sangat membantu dalam memperluas layanan dan cakupan aktivitas. Di Indonesia, kemajuan teknologi digital terlihat dari peningkatan penetrasi internet yang signifikan selama beberapa tahun terakhir. Menurut laporan “Digital 2023” oleh We Are Social dan Hootsuite, pengguna internet Indonesia mencapai 212,9 juta pada awal 2023, sekitar 77% dari populasi, dan diprediksi meningkat menjadi 230 juta dengan penetrasi 82% pada 2025 (Herco Digital, 2025). Teknologi telah menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari dengan aktivitas yang makin cepat dan tanpa batas, terutama didukung bertambahnya pengguna smartphone yang diperkirakan mencapai 89,2% dari populasi atau sekitar 167 juta orang di tahun 2025 (Kemenkominfo).

Pengaruh teknologi juga terlihat dalam industri keuangan, termasuk perbankan syariah yang mengalami perkembangan pesat dengan memanfaatkan e-banking untuk memberikan efektivitas, kemudahan, dan keamanan bagi nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil merger bank-bank syariah terbesar di Indonesia, mampu menyediakan layanan maksimal melalui aplikasi Byond by BSI. Sebagai institusi keuangan syariah besar, BSI sadar betul pentingnya teknologi canggih untuk memudahkan transaksi nasabah dalam era digital. Data OJK menyatakan performa perbankan syariah pada 2024 dan 2025 tumbuh positif, dengan market share meningkat dari 7,44% menjadi 7,72%, didukung pertumbuhan dana pihak ketiga dan pembiayaan yang lebih tinggi dibanding industri perbankan umum. Pertumbuhan ini didorong oleh digitalisasi layanan yang memungkinkan nasabah memenuhi kebutuhan finansial hanya lewat

aplikasi (Febi Widia Putri, 2022; Sulfila, 2023). Bank Syariah juga bertransformasi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan, dengan aplikasi perbankan digital yang mempercepat transaksi dan meningkatkan keterlibatan nasabah (Pangestu, 2022).

Kepercayaan masyarakat terhadap uang sebagai alat transaksi, tabungan, dan investasi berperan penting dalam sistem keuangan modern yang menggunakan fiat money, bergantung pada keyakinan terhadap lembaga penerbit, stabilitas ekonomi, dan sistem keuangan. Dalam konteks tersebut, digital banking menyediakan platform seperti mobile banking dan internet banking yang memudahkan akses layanan keuangan. Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi kemasyarakatan terbesar di Indonesia, merupakan stakeholder penting dalam perbankan.

Digital banking menjadi salah satu inovasi utama yang dite.rapkan oleh berbagai lembaga keuangan, te.rmasuk Bank Syariah Indone.sia (BSI). Digital banking me.mungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan secara le.bih mudah, ce.pat, dan e.fisien tanpa harus datang langsung ke. kantor cabang.

Tabel 1. Jumlah Data Pengguna BSI Mobile

Tahun	Jumlah
2021	2.700.000
2022	4.081,000
2023	5.018.000
2024	7.057.000

Sumber : BSI.id (2024)

Berdasarkan tabel diatas sebagai salah satu bank yang juga menyediakan layanan mobile banking yang berada dalam industri perbankan, BSI juga memiliki layanan Mobile banking yaitu BSI Mobile. Emiten Bank Syariah Indonesia atau BSI mencatat transaksi mobile banking mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan jumlah nasabah BSI pun signifikan, yang telah mencapai lebih dari 20 juta hingga Juni 2024. Adapun rata-rata pertumbuhan sekitar 2 juta nasabah setiap tahunnya. Sementara itu BSI Mobile sudah memiliki 7,057 juta nasabah per Juni 2024. Jumlah itu tumbuh 33,9% secara tahunan. (BSI.id,2024)

Pada awal November 2024, BSI meluncurkan aplikasi perbankan digital baru bernama BYOND by BSI. Sejak peluncurannya, sebanyak 85,7% pengguna BSI Mobile telah bermigrasi ke BYOND. Per Januari 2025, aplikasi ini telah mencapai hampir 3 juta pengguna aktif, dengan target mencapai 10 juta pengguna. Sementara aplikasi lain hanya berfokus pada fitur transaksional, BYOND by BSI hadir dengan lebih dari itu. BYOND by BSI hadir untuk mempermudah segalanya bagi semua orang, dimanapun, kapanpun, dan hal apapun. BYOND By BSI adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di Bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.

BSI KCP Panyabungan sebagai salah satu kantor cabang pembantu Bank Syariah Indonesia juga telah mengadopsi layanan digital banking untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Namun, meskipun layanan ini telah diterapkan, masih terdapat beberapa kendala seperti tingkat pemahaman nasabah terhadap teknologi, kendala teknis dalam penggunaan aplikasi, serta

kepuasan nasabah yang belum terukur secara maksimal. Permasalahan yang dialami oleh nasabah pada saat pemakaian tidak mengalami kesulitan atau sulit dipahami tetapi aplikasi sering mengalami *bug* saat di buka karna aplikasinya masih baru. Sedangkan proses layanan dan kecepatannya sangat bagus walau mengalami *bug* sedikit itu tidaklah masalah bagi nasabah. Dengan adanya pembaruan aplikasi tidaklah mengalami penurunan tetapi mengalami kenaikan dengan adanya upgrade dan mudah dipahami. Layanan yang rumit tidaklah berpengaruh pada nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Dari masalah di atas maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh perkembangan mobile banking dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI Panyabungan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Islamic Digital Banking

Pengertian Digital Banking

Digital banking adalah layanan perbankan yang dilakukan secara digital menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, memungkinkan nasabah untuk mengakses, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang bank. Digital banking mencakup berbagai fitur seperti mobile banking, internet banking, pembayaran digital, pembukaan rekening online, investasi, hingga pinjaman digital. Layanan *digital banking* adalah layanan e-banking yang dikembangkan menggunakan data nasabah untuk membantu bank lebih cepat dan mudah dalam melayani kebutuhan nasabahnya. *Digital banking* berbeda dengan sistem perbankan tradisional yang masih mengandalkan interaksi langsung antara nasabah dan petugas bank di kantor cabang. Dengan digital banking, hampir seluruh layanan perbankan dapat diakses melalui perangkat seperti ponsel, tablet, atau komputer dengan koneksi internet. Digital banking berkembang pesat berkat kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), *blockchain*, *big data*, serta regulasi yang semakin mendukung ekosistem keuangan digital.

Manfaat Digital Banking

Digital banking memberikan berbagai manfaat bagi nasabah perbankan syariah, di antaranya: Kemudahan akses, Keamanan transaksi, Efisiensi waktu dan Transparansi.

Jenis-Jenis Elektronik Banking

SMS/ Mobile Banking : Jenis mobile banking ini menggabungkan sistem mobile banking dan *short message service banking* menjadi satu sistem yang terintegrasi, dengan tampilan antar muka menggunakan aplikasi mobile, memungkinkan kedua layanan ini dapat diakses melalui internet (Mobile Banking) atau dapat mengakses *Short Message Service* (SMS) jika tidak tersedia cakupan internet yang baik. SMS banking adalah saluran elektronik alternatif yang menggabungkan mobile banking sebagai *device* dengan *Short Message System* (SMS) sebagai media transaksinya. (Adelia.M, 2019)

Phone Banking: *Phone banking* merupakan jenis *digital banking* yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi melalui telepon. Dimana informasi layanan / produk perbankan dan informasi rekening disediakan oleh *Customer Service Operator* (CSO). *Phone banking* dapat digunakan untuk transaksi pemindahbukuan antar rekening pembayaran, transfer ke bank lain, dan lain sebagainya.

Automatic Teller Machine (ATM): Anjungan tunai mandiri (ATM) adalah media elektronik perbankan yang disediakan untuk pemegang kartu ATM, agar nasabahnya dapat

melakukan transaksi secara elektronik. ATM adalah perangkat elektronik yang disediakan oleh bank kepada nasabah atau pemegang rekeningnya untuk melakukan transaksi elektronik seperti mengecek saldo rekening, mentransfer uang, dan menarik uang dari ATM tanpa harus dengan bantuan teller untuk mengoperasikannya

Landasan Islam Tentang Digital Banking

Prinsip Dasar Perbankan dalam Islam; Larangan Riba (Bunga Bank), Dalam Islam riba (bunga) dilarang karena dianggap sebagai bentuk eksploitasi dan ketidakadilan dalam transaksi keuangan. Digital banking yang sesuai syariah harus menggunakan sistem **akad tanpa riba**, seperti **mudharabah (bagi hasil)** atau **murabahah (jual beli dengan margin keuntungan tetap)**.

Prinsip Keadilan dan Transparansi; Islam menekankan bahwa setiap transaksi harus jelas dan tidak ada unsur **gharar** (ketidakpastian) atau penipuan. Digital banking harus memberikan informasi transparan kepada nasabah terkait biaya, keuntungan, serta risiko yang terkait dengan produk perbankan

Digital Banking dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi Islam, *digital banking* dapat menjadi alat yang bermanfaat jika digunakan sesuai dengan syariah. Beberapa konsep ekonomi Islam yang bisa diterapkan dalam *digital banking* antara lain: *Mudharabah* (Bagi Hasil), *Wadiah* (Titipan), *Murabahah* (Jual Beli dengan Keuntungan Tetap). Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf Digital

Fatwa dan Regulasi Digital Banking Syariah

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) : DSN-MUI telah mengeluarkan berbagai fatwa terkait perbankan syariah, seperti Fatwa No. 116/DSN-MUI/2017 tentang Layanan Keuangan Digital Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia: OJK dan Bank Indonesia mengawasi perbankan syariah agar tetap beroperasi sesuai prinsip Islam, termasuk dalam penerapan teknologi digital banking.

Indikator Perkembangan Digital Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Roadmap Transformasi Digital Perbankan 2021–2025 menyebut indikator berikut: Adopsi teknologi digital di perbankan, Kapabilitas keamanan siber dan manajemen risiko TI, Jumlah layanan berbasis API dan digitalisasi proses, Rasio cost-to-income (efisiensi melalui digitalisasi) serta Kemudahan Akses dan Konektivitas

2.2. Modern Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Secara etimologis, Pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan apa-apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, mempersiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Kepuasan Nasabah adalah rasa senang maupun kecewa pada konsumen terjadi setelah ia membandingkan kesesuaian pelayanan yang diberikan perusahaan dengan harapannya atas pelayanan tersebut. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, konsumen merasa tidak puas, dan apabila kinerja sesuai harapan, maka konsumen akan puas atau senang. Kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kepuasan adalah rasa

senang maupun kecewa yang tumbuh setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan dengan yang diharapkan. (Kotler and Keller 2016)

Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama: *Tangibles* (Bukti Fisik): Fasilitas fisik, teknologi yang digunakan, dan kenyamanan kantor cabang bank. *Reliability* (Keandalan): Kemampuan bank dalam memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan. *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan pegawai dalam membantu dan memberikan layanan kepada nasabah. *Assurance* (Jaminan): Rasa aman dan kepercayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah. *Empathy* (Empati): Perhatian dan kepedulian bank terhadap kebutuhan serta kepuasan nasabah.

Landasan Hukum pada Kualitas Pelayanan

Dalam Islam, kualitas pelayanan berlandaskan pada prinsip kejujuran (*shiddiq*), tanggung jawab (*amanah*), dan kepuasan pelanggan (*ihsan*). Beberapa dalil yang mendukung kualitas pelayanan yang baik meliputi: QS. Al-An'am: 152 : *Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran. (QS. Al-An'am: 152)*. Hadis Rasulullah: *Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayaimu, dan janganlah kamu mengkhianati orang yang mengkhianatimu.*" (HR. Abu Dawud No. 3534).

Landasan Hukum di Indonesia, Dalam hukum positif di Indonesia, kualitas pelayanan diatur dalam beberapa peraturan, antara lain: Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (Transparansi, Akuntabilitas, Kondisional, Partisipatif, Kesamaan hak serta Keseimbangan hak dan kewajiban. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa, Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang barang atau jasa yang digunakan.

Menurut Tjiptono (2011) – Ahli Pemasaran Indonesia menyatakan bahwa kualitas layanan diukur dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Indikatornya meliputi: Keandalan (*reliability*), Responsif terhadap kebutuhan pelanggan, Kompetensi staf, Aksesibilitas layanan serta Kredibilitas dan rasa aman.

2.3. Kepuasan Nasabah

Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Dengan demikian, apakah seorang nasabah puas atau tidak, sangat bergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari aktifitas bisnis, disamping itu kepuasan konsumen juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Dengan terpuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan maka hal tersebut memiliki dampak positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk atau jasa maka tentunya konsumen akan selalu menggunakan barang atau jasa tersebut terus-menerus. Dengan demikian perusahaan tersebut laku dipasaran sehingga akan

mendapat laba dan akhirnya perusahaan akan tetap bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang ((Hanny Dwi Yuliati, 2024).

Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2014), indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari : Kesesuaian harapan (Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsume). Melakukan pemakaian ulang (Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait). Kesediaan merekomendasi (Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga).

Hubungan Digital Banking, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan digital mempengaruhi kepuasan nasabah: Dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara signifikan meningkatkan pengalaman pengguna digital banking, yang kemudian meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dalam era digital seperti saat ini, perbankan telah mengalami transformasi signifikan dari layanan konvensional menjadi layanan digital atau digital banking. Salah satu aspek terpenting dalam digital banking adalah kualitas layanan digital, karena kualitas ini sangat mempengaruhi pengalaman pengguna dan pada akhirnya berdampak langsung pada kepuasan nasabah.

Semua aspek kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah: Dalam studi di India, seluruh komponen kualitas layanan seperti tangibility (wujud fisik), reliabilitas, responsif, jaminan, dan empati berkontribusi positif terhadap kepuasan pengguna layanan digital banking (Bhuvaneswari & Maruthamuthu, 2024. Penelitian yang dilakukan oleh Bhuvaneswari & Maruthamuthu (2024) di India menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna digital banking.

Pengaruh digital banking & kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah: Kualitas pelayanan dan digital banking merupakan dua elemen yang saling melengkapi dalam menciptakan kepuasan nasabah di era modern. Digital banking menawarkan kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas tinggi. Namun, tanpa diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik, pengalaman pengguna bisa tetap mengecewakan. Banyak studi menyimpulkan bahwa digital banking dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah. Ketika keduanya berjalan seiring dan saling mendukung, maka hasilnya bukan hanya kepuasan, tapi juga loyalitas, engagement yang tinggi, dan advokasi pelanggan dalam jangka panjang.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada fakta-fakta yang nyata. Data penelitian berupa angka-angka yang akan dinilai dengan menggunakan alat perhitungan uji statistik dan terkait dengan subjek yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di BSI KCP Panyabungan yang beralamat di Jln. William Iskandar No. 115 B, Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara. Penelitian ini direncanakan dari bulan april mulai dari tahap pengumpulan data hingga analisis hasil.

Populasi Dan Sampel

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016), populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari subjek/objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, setelah itu dapat ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan yang menggunakan *digital banking*.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, sampel memiliki karakteristik yang mirip dengan populasi sehingga dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini Rumus yang digunakan untuk menentukan banyaknya sampel adalah rumus representative, karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena pihak bank tidak memberikan informasi jumlah nasabah karena dianggap informasi privasi Bank. Maka menurut (Sugiono, 2017) tergantung jumlah indikator ukuran sampel yang disarankan adalah perbandingan 5:1 sehingga 10:1. Dari hasil identifikasi model, penelitian ini memiliki 13 parameter (indicator), maka sampel yang dibutuhkan sebanyak 130 responden yang dengan perhitungan berikut ini:

$$\begin{aligned}n &= r \times k \\ \text{ket: } n &: \text{ sampel} \\ r &: \text{ responden per indikator} \\ k &: \text{ jumlah total indikator} \\ \text{Sampel} &= 5 \times 13 \\ \text{Sampel} &= 130 \text{ Responden}\end{aligned}$$

Teknik Pengumpulan Data

Angket/ kuisioner dan Dokumentasi

Angket adalah sebuah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal yang ia ketahui. Metode ini digunakan untuk mengungkapkan variabel bebas dan variabel terikat yaitu yaitu pengaruh digital banking terhadap kepuasan nasabah dan penelitian ini angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang terdiri dari pertanyaan atau pertanyaan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Dokumentasi. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca beberapa literatur-literatur sebagai dasar teori yang akan dijadikan sebagai landasan teoritis dalam penulisan proposal ini.

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

Validitas adalah suatu ukuran yang dapat menunjukkan seberapa valid suatu dokumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu kuesioner penelitian (Ghozali,2018). desangkan Uji reliabilitas adalah metode yang digunakan untuk menilai reliabilitas suatu kuesioner sebagai indeks suatu variabel. Jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu, kuesioner

dianggap reliabel dengan menggunakan uji *Cronbach Alpha*. Suatu meningkatkan loyalitas pelanggan.(Zulkifli, 2012).

Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas)

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dan variabel pengganggu dapat berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Uji yang digunakan untuk memeriksa normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas *Kolmogorov Smirnov* > 0,05 dapat dikatakan data berdistribusi normal (Handani et al., 2020). Uji multikolinearitas digunakan untuk memeriksa apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel independen. Model regresi seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Pada uji multikolinearitas hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien pengaruh varians (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa persamaan regresi tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinieritas (Handani et al., 2020). Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya (Ghozali, 2018). Jika nilai varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka penelitian tersebut dinamakan homoskedastisitas

Uji Ketetapan Model (Uji F, Koefisien Determinasi Adj R²)

Uji F (simultan) digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel independen yang diidentifikasi oleh peneliti memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F ini juga menentukan kelayakan data. Pada uji F pengambilan keputusan dilakukan dengan menentukan F tabel dan F hitung pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan tingkat kepercayaan 95% (Priyono, 2016). Aturan standar untuk keputusan uji - F adalah:

Jika F hitung > F tabel = H₀ ditolak, H_a diterima. Dapat dipahami bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Jika F hitung < F tabel = H₀ diterima, H_a ditolak. Dapat dipahami bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen .

Koefisien determinasi Adj R² digunakan untuk menilai kekuatan model penjelas untuk setiap variabel. Koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika koefisien determinasi kecil, kemampuan menjelaskan variabel independen terbatas, namun jika nilai koefisien mendekati satu, kemampuan model untuk menjelaskan variabel independen baik (Ghozali, 2018).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen dan dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel bebas (Ghozali, 2013). Model penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut : $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$

Keterangan :

Y = Loyalitas nasabah

a = Konstanta

- x_1 = Kualitas pelayanan
 b_1 = Koefisien regresi x_1
 x_2 = Penanganan keluhan
 b_2 = Koefisien regresi x_2
 e = Error

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t atau yang sering disebut uji hipotesis merupakan uji yang akan digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga perlu dilakukan uji hipotesis dalam penelitian ini (Ghozali, 2013). Terdapat dua hipotesis dalam suatu percobaan, yaitu hipotesis nol atau (H_0) dan hipotesis alternatif atau (H_a). Dalam menentukan taraf nyata uji T yaitu dengan menentukan besarnya nilai signifikansi dalam kesalahan hasil hipotesis pada nilai parameter populasi.. Semakin tinggi nilai signifikansinya, maka semakin kecil penolakan terhadap H_0 . Tingkat signifikan 1% (0,01), 5% (0,05), dan 10% (0,1) adalah yang paling umum digunakan. Peneliti nilai uji t sebesar 5% (0,05), Kriteria untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

Apabila taraf signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat diartikan bahwa secara keseluruhan variabel independen tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila taraf signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Berikut hasil uji Validitas variabel Perkembangan Digital Banking, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah sebagai berikut

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Validitas			
		R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
Perkembangan Digital Perbankan (X1)	Butir 1	0,756	0,1723	<,000	Valid
	Butir 2	0,829	0,1723	<,000	Valid
	Butir 3	0,750	0,1723	<,000	Valid
	Butir 4	0,711	0,1723	<,000	Valid
	Butir 5	0,734	0,1723	<,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	Butir 1	0,779	0,1723	<,000	Valid
	Butir 2	0,850	0,1723	<,000	Valid
	Butir 3	0,826	0,1723	<,000	Valid
	Butir 4	0,809	0,1723	<,000	Valid
	Butir 5	0,703	0,1723	<,000	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Butir 1	0,705	0,1723	<,000	Valid
	Butir 2	0,796	0,1723	<,000	Valid
	Butir 3	0,720	0,1723	<,000	Valid

Butir 4	0,769	0,1723	<,000	Valid
Butir 5	0,738	0,1723	<,000	Valid

Sumber: data primer telah diolah dari SPSS 25

Dalam tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai r hitung (Corrected item – Total Correlation) dari uji validitas mempunyai nilai besar dari nilai r tabel dengan $\alpha=0,05$, kemudian degree of freedom (df) $n-2$ dimana n adalah jumlah sample, jadi $df = 130 - 2 = 128$ adalah 0,1723. Maka, dari data semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini, untuk mengukur variabel – variabel yang digunakan memiliki r hitung yang lebih besar dibanding dengan r tabel. Sehingga, semua indikator yang ada dalam penelitian ini adalah Valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan reliable apabila cronbach alpha $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel Perkembangan Digital Banking, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabiliti

Variabel	Koefisien Alpha	Angka Kritik	Keterangan
Perkembangan Digital Banking (X1)	0,813	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,853	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,800	0,60	Reliabel

Sumber: data primer telah diolah dari SPSS 25

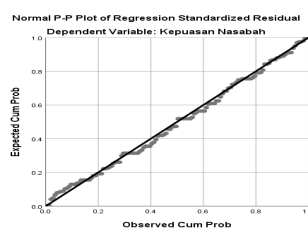
Dari hasil tabel 4.6 dapat diketahui suatu variabel dinyatakan variabel jika cronbach alpha $> 0,60$. Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki cronbach alpha cukup besar yaitu diatas 0,60. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa realibilitas dari variabel Perkembangan Digital Banking, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah yang diteliti adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Data yang normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Gambar pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Hasil Output SPSS 25 Uji Normalis Normal probability Plot



Uji Multikolinearitas

Apabila dalam uji multikolinearitas memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas begitu juga pada nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil tes uji multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.012	.943		4.257	.000		
	Perkembangan Digital Banking	.338	.102	.343	3.312	.001	.182	5.495
	Kualitas Pelayanan	.484	.092	.544	5.251	.000	.182	5.495

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel Perkembangan Digital Banking (x1) dan variabel Kualitas Pelayanan (x2) adalah $5,495 < 10$ dan nilai toleransinya $0,182 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi Multikolinieritas.

Uji Heterokedasitas (Uji Glejser)

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SPRESID). Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah distudentized.

Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.012	.943		.000
	Perkembangan Digital Banking	.338	.102	.343	.001
	Kualitas Pelayanan	.484	.092	.544	.000

a. Dependent Variable:

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel independen lebih dari 0,05 (variabel perkembangan digital banking) $0,001 > 0,05$, variabel kualitas pelayanan $0,000 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskidastisitas.

Uji Ketetapan Model

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji Statistik F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	922.758	2	461.379	192.326	.000 ^b
	Residual	304.665	127	2.399		
	Total	1227.423	129			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Perkembangan Digital Banking

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,001 dan nilai F_{hitung} sebesar 192,326. Dasar pengambilan Keputusan adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (Sig < 0,05) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk nilai F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 192,326 adapun untuk nilai F_{tabel} sebesar 3,07, maka F_{hitung} (192,326) lebih besar daripada F_{tabel} 3,07 sehingga keputusan H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari variabel Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Kepuasan Nasabah.

Uji Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.748	1.54885
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Perkembangan Digital Banking				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,867 atau sebesar 75,2% yang artinya variabel X_1 dan X_2 (Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan) dapat mempengaruhi variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 75,2% dan sisanya 24,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Uji 8. Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.012	.943		4.257
	Perkembangan Digital Banking	.338	.102	.343	3.312
	Kualitas Pelayanan	.484	.092	.544	5.251
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2$$

$$Y = 4,012 + 0,338 X_1 + 0,484 X_2$$

β_1, β_2 , = Koefisien Regresi X_1, X_2 ,

Y = Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

X_1 = Perkembangan Digital Banking

X_2 = Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui bahwa hubungan yang terjadi antara Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah adalah hubungan yang positif, dimana ketika Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan ditingkatkan, maka akan berdampak pada kenaikan Kepuasan Nasabah..

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Uji Parsial t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.012	.943		4.257	.000
	Perkembangan Digital Banking	.338	.102	.343	3.312	.001
	Kualitas Pelayanan	.484	.092	.544	5.251	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Sumber data primer telah diolah dari SPSS 25

Variabel Perkembangan Digital Banking dapat diketahui bahwa nilai thitung sebesar 3,312 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena thitung untuk variabel X_1 (3,312) lebih besar dari ttabel (1,978) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa Perkembangan Digital Banking secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga membuktikan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.. Variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai thitung sebesar 5,251 dengan signifikansi sebesar 5% karena thitung untuk variabel X_2 (5,251) lebih besar dari dari ttabel (1,978) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga membuktikan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

Pengaruh Perkembangan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Perkembangan Digital Banking (X_1) memiliki nilai thitung yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($3,312 > 1,978$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perkembangan Digital Banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a1}) diterima dan h_{o1} ditolak. Pengaruh Perkembangan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Panyabungan sangat berpengaruh. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wiyaldo, Havis Aravik, Fadilla (2024) pengaruh Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12 sangat berpengaruh dan signifikan.

Perkembangan digital banking menurut OJK, (2020) adalah proses transformasi layanan perbankan dari sistem tradisional menjadi layanan berbasis teknologi digital, yang memungkinkan

nasabah untuk melakukan transaksi keuangan secara online tanpa harus datang ke kantor cabang fisik. Pada penelitian ini teori tersebut adalah terbukti, yakni Perkembangan Digital Banking berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan produk BSI KCP Panyabungan. Perkembangan digital banking memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Layanan yang cepat, aman, mudah diakses, serta didukung dengan teknologi terkini menjadikan digital banking sebagai solusi yang sesuai dengan gaya hidup modern. Kepuasan nasabah pun meningkat seiring meningkatnya kualitas dan kemudahan layanan digital tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel Pelayanan (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($5,251 > 1,978$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan kata lain, hipotesis (H_{a2}) diterima dan H_{o2} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan produk BSI KCP Panyabungan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Pramubakti Syanie Raisya Hani (2023) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Banjarmasin. Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2018) adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pengaruh Perkembangan Digital Banking, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan produk BSI KCP Panyabungan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} sebesar 192,326 dan F_{tabel} sebesar 3,07. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan dengan menggunakan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 nilai signifikannya yaitu 0,000. Maka $0,000 < 0,05$. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel Perkembangan Digital Banking dan Kualitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian Wiyaldo, Havis Aravik, Fadilla (2024) menyatakan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12. Penelitian menunjukkan bahwa digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KM 12, hal ini diperoleh dari hasil statistik uji regresi dengan nilai t_{hitung} sebesar 4.550 dan t_{tabel} sebesar 1.98, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KM 12 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,621 dan t_{tabel} sebesar 1.98, sedangkan hasil uji f_{hitung} sebesar 68.559 dan f_{tabel} sebesar 3.10.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel Perkembangan Digital Banking (X_1) sebesar 3,312 sehingga terlihat bahwa H_{a1} diterima H_{o1} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa perkembangan Digital Banking berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 5,251 sehingga terlihat bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan hasil uji simultan (uji f) pada variabel independen (Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan) sebesar 192,326 sehingga terlihat bahwa

ha3 diterima dan ho3 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa Perkembangan Digital Banking dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan tabel uji determinasi (R^2) menunjukkan nilai R square sebesar 0,867 atau sebesar 75,2% Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan digital banking dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 8,7% sedangkan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian sebesar 13,3%.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, M. (2019). Pengaruh Layanan M - Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). *Jurnal of Chemical Information and Modeling*, 89–99.
- Alkhowaiter, WA (2020). *Pembayaran digital dan penelitian adopsi perbankan di negara-negara Teluk: A tinjauan literatur sistematis*. Jurnal Internasional Manajemen Informasi, 53, 1-7. 102102.
- Apriza, M. (2021). *Manfaat Penggunaan Layanan Digital Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kepuh*. IAIN Bengkulu.
- Bankbsi.co.id. (2023). Kuartal I 2023, Pengguna BSI Mobile Tembus 5,18 Juta.
- Bramulya, R. (2016). *Dampak hubungan pemasaran, kualitas layanan dan orientasi pelanggan karyawan pelayanan terhadap kepuasan dan perilaku pelanggan*. 151–163.
- Feby, W. P. (2022). Pengaruh Efektivitas, Kemudahan Dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. Dalam Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hamidi, H., & Safareeyeh, M. (2019). *Sebuah model untuk menganalisis pengaruh adopsi mobile banking pada interaksi dan kepuasan pelanggan: Sebuah studi kasus m-banking di Iran*. Telematika dan Informatika, 38, 166-181.
- Heskett, J. L., et al. (1994). *Putting the Service-Profit Chain to Work*. Harvard Business Review.
- OJK. (2020). *Laporan Statistik Perbankan*.
- Khairina F. Hidayati. (2023). Digital Banking: Arti, Sejarah, Kelebihan, Kekurangan, dan Contoh, diakses dari <https://glints.com/id/lowongan/digital-banking-bank-digital/>
- Khairun, N. (2022). *Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Balaikota Medan*. UIN Sumatra Utara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Mahrukh, M., et al. (2021). *The Impact of Digital Banking on Customer Engagement*. Journal of Banking and Finance.
- Ningsih, Warda & Abdul Salam (2024). *Pengaruh Kualitas layanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi*

Kasus Pada KCP Sumbawa Diponegoro. Manajemen, FEB, Universitas Teknolgi Sumbawa. Vol. 2 No. 1

- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*. *Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1).
- Pangestu, D. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile*. *Jurnal Muamalat Indonesia - JMI*, 2(2). <https://doi.org/10.26418/jmi.v2i2.58961>
- Septiana, Selly Nur and Khoiriyah, Rahmawati (2023) *Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP Sukoharjo*. Skripsi thesis, UIN RADEN MAS SAID.
- Sitti, N. K., M. Cholid, M., & Irma, H. (2022). *Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking*. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* Vol. 3, No. 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulfila, 2023) Sulfila, Sulfila (2023) *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Barru*. Undergraduate thesis, IAIN PAREPARE
- Zouari, Ghazi, and Marwa Abdelhedi. (2021). *Customer Satisfaction in the Digital Era: Evidence from Islamic Banking*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 10:9.