



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah

Dina Zhafarina*, Eneng Iviq Haira Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia
Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, 10450, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia
Email: ^{1,*}dinazhafa@gmail.com, ²eneng.eor@bsi.ac.id
Email Penulis Korespondensi: dinazhafa@gmail.com

Abstrak—Persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan syariah mendorong Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* guna menciptakan kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Jakarta Bona Indah, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 30 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ($t = 4,296$; $p = 0,000$), sedangkan kualitas *mobile banking* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ($t = 6,161$; $p = 0,000$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ($F = 57,847$; $p = 0,000$) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,549, yang menunjukkan bahwa 54,9% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking*, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang didukung layanan *mobile banking* yang andal, mudah digunakan, dan aman dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah BSI KCP Jakarta Bona Indah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kualitas *Mobile Banking*; Kepuasan Nasabah; Bank Syariah Indonesia

Abstract—Increasing competition in the Islamic banking industry has encouraged Bank Syariah Indonesia (BSI) to continuously improve service quality and mobile banking quality to enhance customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of service quality and mobile banking quality on customer satisfaction at BSI KCP Jakarta Bona Indah, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using IBM SPSS Statistics 30 through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 4.296$; $p < 0.001$), while mobile banking quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 6.161$; $p < 0.001$). Simultaneously, both variables have a significant effect on customer satisfaction ($F = 57.847$; $p < 0.001$), with a coefficient of determination (R^2) of 0.549, indicating that 54.9% of the variation in customer satisfaction is explained by service quality and mobile banking quality, while the remaining 45.1% is influenced by other factors outside this study. These findings suggest that improving service quality, supported by reliable, user-friendly, and secure mobile banking services, is an important strategy for enhancing customer satisfaction at BSI KCP Jakarta Bona Indah.

Keywords: Service Quality; Mobile Banking Quality; Customer Satisfaction; Bank Syariah Indonesia

1. PENDAHULUAN

Dalam industri perbankan syariah, kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator utama yang mencerminkan keberhasilan bank dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Tingginya tingkat persaingan antarbank, disertai perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, mendorong setiap lembaga perbankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan serta mengembangkan layanan digital yang mampu memberikan pengalaman transaksi yang mudah, cepat, aman, dan nyaman bagi nasabah. Kondisi tersebut menjadikan kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* sebagai dua faktor yang memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, bank tidak hanya dituntut menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tetapi juga mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dan didukung oleh inovasi teknologi yang optimal sehingga mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator utama keberhasilan lembaga perbankan dalam mempertahankan daya saing di tengah perubahan kebutuhan dan perilaku masyarakat. Berdasarkan teori kualitas pelayanan (*service quality*), kepuasan nasabah terbentuk ketika layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor strategis yang memengaruhi persepsi, kepercayaan, serta loyalitas nasabah terhadap suatu bank (Syaharuddin et al., 2025). Seiring berkembangnya teknologi digital, kualitas layanan tidak lagi hanya diukur melalui interaksi secara langsung, tetapi juga melalui kualitas layanan elektronik, khususnya *mobile banking*, yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam melakukan transaksi perbankan (P. P. Rahmi et al., 2023).

Kualitas pelayanan merupakan semua kegiatan yang diambil oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah (Wati et al., 2023). Dalam sektor perbankan, kualitas pelayanan diwujudkan melalui keandalan petugas dalam melayani nasabah, ketanggapan terhadap kebutuhan nasabah, jaminan keamanan transaksi, empati kepada setiap nasabah, serta tersedianya fasilitas fisik yang memadai. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan persepsi positif terhadap bank, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Sebaliknya, pelayanan yang kurang memuaskan berpotensi menimbulkan keluhan, menurunkan kepercayaan, bahkan



menyebabkan nasabah beralih ke bank lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi utama yang harus terus ditingkatkan agar mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan nasabah (Giawa et al., 2025).

Selain pelayanan secara langsung, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara bank dan nasabah. Kehadiran layanan *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor cabang. Kualitas *mobile banking* tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fitur yang tersedia, tetapi juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kecepatan akses, keandalan aplikasi, serta kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan transaksi nasabah. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Oleh sebab itu, inovasi teknologi dalam layanan perbankan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing bank di era digital (Putro et al., 2021).

Kepuasan nasabah merupakan respon atau evaluasi yang muncul setelah nasabah membandingkan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan kinerja layanan yang diterima. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima berada di bawah harapan, maka akan timbul ketidakpuasan. Kepuasan nasabah menjadi ukuran keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan terbaik sekaligus menjadi dasar terbentuknya loyalitas nasabah. Menurut (Kurniawan et al., 2025), kepuasan nasabah menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk maupun layanan yang diterima dari bank. Sementara itu, kepuasan merupakan reaksi konsumen setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima (Wiyaldo et al., 2024). Nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi mereka, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan akan menimbulkan rasa kecewa. Definisi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan kualitas pelayanan maupun kualitas layanan digital yang diberikan oleh perbankan.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan maupun kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, sebagian besar penelitian masih berfokus pada salah satu variabel atau dilakukan pada objek penelitian yang berbeda. Penelitian yang menguji kedua variabel tersebut secara simultan pada Bank Syariah Indonesia, khususnya BSI KCP Jakarta Bona Indah, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada pengujian pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dalam konteks perbankan syariah yang terus beradaptasi dengan perkembangan layanan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah serta menjadi masukan bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan dan layanan digital. Berdasarkan kajian teori tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan, kualitas *mobile banking*, dan kepuasan nasabah merupakan tiga konsep yang saling berkaitan. Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif ketika nasabah berinteraksi secara langsung dengan bank, sedangkan kualitas *mobile banking* memberikan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi secara digital. Kombinasi kedua aspek tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat kepercayaan terhadap bank, serta mendorong terciptanya hubungan jangka panjang yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan yang didukung oleh pengembangan layanan *mobile banking* menjadi strategi yang sangat penting bagi perbankan syariah dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif.

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses layanan perbankan. Nasabah tidak lagi hanya mengandalkan pelayanan secara langsung di kantor cabang, tetapi juga mengharapkan layanan digital yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Perubahan perilaku tersebut mendorong industri perbankan, termasuk perbankan syariah, untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus mengembangkan layanan *mobile banking* yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, bank tidak cukup hanya menawarkan produk yang beragam, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman layanan yang berkualitas agar kepuasan nasabah tetap terjaga.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu lembaga perbankan syariah terbesar di Indonesia terus berupaya meningkatkan mutu pelayanan serta mengembangkan inovasi digital melalui aplikasi *mobile banking*. Kehadiran layanan digital tersebut diharapkan dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai transaksi secara efektif dan efisien tanpa harus datang ke kantor cabang. Namun demikian, keberhasilan implementasi layanan digital tidak hanya diukur dari tersedianya teknologi, melainkan juga dari persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, baik melalui interaksi langsung maupun melalui layanan digital. Apabila kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* belum mampu memenuhi harapan nasabah, maka tingkat kepuasan yang dirasakan juga akan menurun sehingga berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank. Fenomena tersebut juga terlihat pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah yang memiliki jumlah nasabah yang cukup besar. Besarnya jumlah nasabah menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh bank. Namun, banyaknya jumlah nasabah tidak serta-merta mencerminkan bahwa seluruh nasabah telah merasakan tingkat kepuasan yang sama. Masih terdapat perbedaan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diterima, baik ketika berinteraksi secara langsung dengan petugas maupun saat menggunakan layanan *mobile banking*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* masih menjadi aspek yang perlu mendapat perhatian agar kepuasan nasabah dapat terus ditingkatkan.

Berdasarkan fenomena tersebut, kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* menjadi dua faktor penting yang perlu dikaji karena keduanya diduga memiliki kontribusi terhadap terbentuknya kepuasan nasabah. Penelitian mengenai hubungan kedua variabel tersebut menjadi relevan dilakukan mengingat perkembangan layanan perbankan digital yang semakin pesat serta meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat, aman, mudah digunakan, dan



berorientasi pada kebutuhan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah sebagai upaya memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam era transformasi digital perbankan.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan maupun kualitas *mobile banking* memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Giawa et al., 2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, kualitas *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan perbankan digital (Putro et al., 2021). Penelitian lainnya mengenai kualitas layanan digital pada bank bjb menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi digital mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, Kapiso dan Andriana (2025) menemukan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, penelitian (Putri, 2025) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan dengan variabel lain.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih menunjukkan adanya perbedaan fokus penelitian. Sebagian besar penelitian hanya menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sementara penelitian lainnya lebih berfokus pada kualitas *mobile banking* atau mengombinasikan kualitas pelayanan dengan variabel lain, seperti kepercayaan maupun kualitas produk. Selain itu, objek penelitian yang digunakan juga berbeda, mulai dari bank konvensional, layanan digital bank daerah, hingga sektor di luar perbankan seperti restoran dan usaha ritel. Perbedaan objek penelitian tersebut menyebabkan hasil penelitian belum sepenuhnya dapat menggambarkan kondisi kepuasan nasabah pada perbankan syariah yang saat ini menghadapi tantangan transformasi digital dan meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas layanan secara langsung maupun digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, masih terdapat celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut, yaitu belum banyak penelitian yang menganalisis secara bersamaan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia, khususnya di BSI KCP Jakarta Bona Indah. Padahal, kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman nasabah, baik melalui pelayanan tatap muka maupun layanan digital. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada era digitalisasi perbankan syariah serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang pemasaran jasa dan perbankan syariah. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas *mobile banking*, dan kepuasan nasabah dengan menyajikan bukti empiris pada konteks perbankan syariah. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya mengkaji salah satu variabel atau menggunakan objek penelitian yang berbeda, penelitian ini mengintegrasikan kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada era transformasi digital perbankan.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi manajemen Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan, baik melalui pelayanan secara langsung maupun melalui layanan *mobile banking*. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank dalam meningkatkan kualitas interaksi dengan nasabah, memperbaiki kualitas layanan digital, serta menyusun kebijakan yang berorientasi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai kualitas pelayanan, kualitas *mobile banking*, dan kepuasan nasabah dengan menambahkan variabel, metode, maupun objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, menguji pengaruh kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, serta menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pada perbankan syariah, sekaligus menjadi dasar pertimbangan bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas layanan digital guna menciptakan kepuasan serta mempertahankan loyalitas nasabah.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jakarta Bona



Indah. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data dalam bentuk angka sehingga hubungan antarvariabel dapat dianalisis secara objektif menggunakan teknik statistik (Aida et al., 2025).

Penelitian dilakukan dengan tahapan yang meliputi pendekatan kuantitatif, dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah secara objektif melalui analisis statistik. Metode kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan analisis regresi linear berganda dipilih karena sesuai untuk menguji pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Selanjutnya, penelitian dilaksanakan melalui penyusunan instrumen berdasarkan indikator setiap variabel, penyebaran kuesioner, pengumpulan dan pengolahan data, serta pengujian hipotesis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 30.

Desain penelitian disusun secara sistematis untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas *Mobile Banking* (X2) terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Seluruh tahapan penelitian diawali dengan identifikasi permasalahan, penyusunan kerangka konseptual dan hipotesis, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data melalui kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Rangkaian tahapan tersebut dirancang untuk memperoleh hasil penelitian yang mampu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah yang menggunakan layanan perbankan, khususnya layanan *mobile banking*. Populasi merupakan sekumpulan elemen yang lebih luas yang memiliki karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti secara mendalam (Mardhiyah et al., 2025). Populasi merujuk kepada kumpulan objek yang serupa yang menjadi tumpuan kajian, sementara sampel adalah sebagian daripada objek yang mewakili populasi dan dipilih menggunakan metode tertentu (Mushofa et al., 2024). Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 15.719 nasabah. Penetapan populasi tersebut dilakukan agar penelitian dapat menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan karakteristik responden yang diteliti.

Sampel merujuk pada bagian dari keseluruhan dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (L. Rahmi et al., 2026). Sebuah objek atau subjek yang termasuk dalam kelompok yang dianalisis direpresentasikan oleh sampel, yang merupakan sekelompok kecil dari keseluruhan. Definisi sampel adalah bagian yang mewakili keseluruhan yang lebih besar yang dapat dipakai untuk menarik kesimpulan mengenai keseluruhan tersebut (Yuniasti et al., 2025). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, yakni nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh nilai sebesar 99,36 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden sebagai sampel penelitian dan selanjutnya diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 30. Menurut Sugiyono dalam (Gulo et al., 2026) ukuran sampel dapat ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh jumlah sampel secara statistik valid dan mampu merepresentasikan populasi penelitian.

2.3. Definisi Operasional Variabel dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri atas dua variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas *Mobile Banking* (X2) serta satu variabel dependen, yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Setiap variabel dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator yang disusun berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu, kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Operasionalisasi variabel bertujuan agar setiap konsep penelitian dapat diukur secara kuantitatif sehingga memudahkan proses pengumpulan dan analisis data.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator	Nomor Butir Pernyataan	Skala	
Kualitas Pelayanan (X1)	Persepsi nasabah mengenai sejauh mana Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah memberikan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhan nasabah (Hasanuddin dan Rony, 2025).	1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	X1.1	1 – 2	<i>Likert</i> 1 - 5	
		2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	X1.2	3 - 4		
		3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	X1.3	5 - 6		
		4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	X1.4	7 - 8		
		5. Empati (<i>Empathy</i>)	X1.5	9 - 10		
Kualitas <i>Mobile Banking</i> (X2)	Persepsi nasabah mengenai kualitas layanan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia dalam mendukung kemudahan, keamanan, dan kenyamanan	1. Kesenangan/Kenyamanan	X2.1	1 – 2	<i>Likert</i> 1 - 5	
		2. Keamanan (<i>Security</i>)	X2.2	3 - 4		
		3. Kemudahan Penggunaan	X2.3	5 - 6		
		4. Desain				





Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator	Nomor Butir Pernyataan	Skala
Kepuasan Nasabah (Y)	transaksi perbankan (Fianto et al., 2021).	5. Sistem Aplikasi	X2.4	7 - 8	Likert 1 - 5
			X2.5	9 - 10	
	Tingkat perasaan senang atau puas nasabah setelah menggunakan layanan dan mobile banking Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah (Naufaliani dan Widayawan, 2025).	1. Kesesuaian Harapan dengan Layanan yang Diterima			
		2. Perasaan Puas Terhadap Kualitas Pelayanan	Y.1	1 - 2	
		3. Kepuasan terhadap Proses Layanan <i>Mobile Banking</i>	Y.2	3 - 4	
		4. Kepuasan terhadap Interaksi dengan Petugas	Y.3	5 - 6	
		5. Perasaan Dihargai dan Nyaman saat Dilayani	Y.4	7	
		6. Keinginan Untuk Tetap Menggunakan Layanan	Y.5	8	
		7. Kesediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain	Y.6	9	
			Y.7	10	

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner tertutup dengan skala *Likert* lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Kuesioner disusun berdasarkan indikator pada masing-masing variabel penelitian. Variabel kualitas pelayanan diukur melalui beberapa indikator yang berkaitan dengan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Variabel kualitas *mobile banking* diukur berdasarkan indikator kemudahan penggunaan, keamanan, keandalan sistem, serta kualitas aplikasi. Sementara itu, variabel kepuasan nasabah diukur melalui indikator kesesuaian harapan, tingkat kepuasan terhadap pelayanan dan layanan *mobile banking*, kenyamanan selama memperoleh layanan, serta keinginan untuk tetap menggunakan dan merekomendasikan layanan Bank Syariah Indonesia kepada pihak lain.

Tabel 2. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Kode	Skor	Keterangan
Sangat Tidak Setuju	STS	1	Menunjukkan tingkat ketidaksetujuan paling rendah
Tidak Setuju	TS	2	Menunjukkan tingkat ketidaksetujuan
Netral	N	3	Menunjukkan sikap netral atau ragu-ragu
Setuju	S	4	Menunjukkan tingkat persetujuan
Sangat Setuju	SS	5	Menunjukkan tingkat persetujuan paling tinggi

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jakarta Bona Indah dan telah memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala *Likert* lima tingkat, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan, kualitas *mobile banking*, dan kepuasan nasabah.

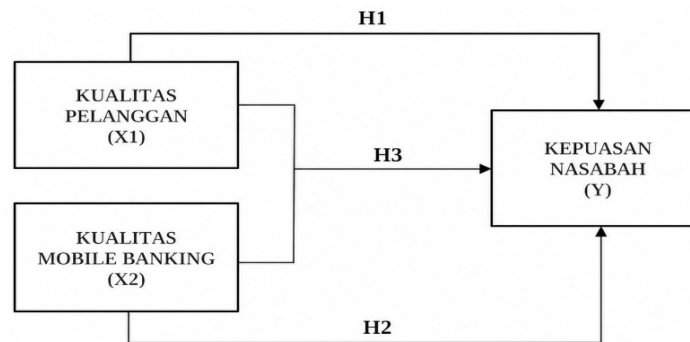
Pada bagian ini jelaskan hipotesis penelitian yang digunakan, dengan tidak menjelaskan terlalu banyak kajian teori dari penelitian yang relevan. Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah, seperti buku, artikel jurnal, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Kajian tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka konseptual, menentukan indikator variabel, serta mendukung interpretasi hasil penelitian. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian, seperti profil Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah, data jumlah nasabah, serta dokumen lain yang mendukung pelaksanaan penelitian. Kombinasi penggunaan data primer dan data sekunder diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif serta meningkatkan kualitas hasil penelitian.

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* sebagai variabel independen terhadap kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Kualitas Pelayanan (X1) diasumsikan mampu meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang cepat, andal, responsif, memberikan jaminan, serta memperhatikan kebutuhan nasabah. Di sisi lain, Kualitas *Mobile Banking* (X2) dipandang berperan dalam meningkatkan kepuasan nasabah melalui kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, keandalan sistem, dan kualitas layanan digital yang diberikan. Hubungan antarvariabel tersebut menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis



penelitian yang selanjutnya diuji secara empiris menggunakan analisis regresi linear berganda. Kerangka konseptual penelitian disajikan pada Gambar 1:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

2.6. Hipotesis Penelitian

- H1** : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah.
- H2** : Kualitas *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah.
- H3** : Kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah.

2.7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 30. Tahap awal analisis dilakukan melalui uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrument penelitian mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten (Syauqi et al., 2026). Selanjutnya, dilakukan uji asumsi asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai persyaratan sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas *mobile banking* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Karakteristik Responden

Deskripsi mengenai responden disajikan untuk memberikan pemahaman tentang ciri-ciri sampel yang dipakai, sehingga pemahaman hasil analisis bisa dimengerti dengan tepat. Ciri-ciri responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, status nasabah KCP, lama menjadi nasabah, dan pengguna *mobile banking*. Ciri-ciri responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditemukan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 3. Jenis Kelamin Responden diketahui bahwa 100 responden, sebanyak 61 orang (61%) berjenis kelamin Perempuan dan 39 orang (39%) berjenis kelamin laki-laki. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Perempuan. Berdasarkan Tabel 4, Usia Responden, mayoritas responden berusia 17-25 tahun sebanyak 33 (33%), diikuti kelompok usia 26-35 tahun sebanyak 26 orang (26%), usia >46 tahun sebanyak



21 orang (21%), dan usia 36-45 tahun sebanyak 20 orang (20%). Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar responden berada pada kelompok usia produktif.

Tabel 4. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
17-25 Tahun	33	33%
26-35 Tahun	26	26%
36-45 Tahun	20	20%
>46 Tahun	21	21%
Total	100	100%

Tabel 5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	17	17%
Pegawai Swasta	54	54%
Pegawai Negeri	3	3%
Wirausaha	22	22%
Wiraswasta	4	4%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 5. Pekerjaan Responden, mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 54 orang (54%), diikuti wirausaha sebanyak 22 orang (22%), pelajar/mahasiswa sebanyak 17 orang (17%), wiraswasta sebanyak 4 orang (4%), dan pegawai negeri sebanyak 3 orang (3%). Data tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar responden merupakan pegawai swasta yang menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

Tabel 6. Status Nasabah KCP

Nasabah BSI KCP Jakarta Bona Indah	Jumlah	Persentase
Ya	100	100%
Tidak	0	0%
Total	100%	100%

Berdasarkan Tabel 6. Status Nasabah KCP, seluruh responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah, yaitu sebanyak 100 orang (100%). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden telah memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian.

Tabel 7. Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	11	11%
1-3 Tahun	25	25%
4-5 Tahun	64	64%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 7. Lama Menjadi Nasabah, mayoritas responden telah menjadi nasabah selama 4-5 tahun, yaitu sebanyak 64 orang (64%). Selanjutnya, responden yang telah menjadi nasabah selama 1-3 tahun berjumlah 25 orang (25%), sedangkan responden yang menjadi nasabah kurang dari 1 tahun berjumlah 11 orang (11%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

Tabel 8. Pengguna *Mobile Banking*

Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Jumlah	Persentase
Ya	100	100%
Tidak	0	0%
Total	100%	100%

Berdasarkan Tabel 8. Pengguna *Mobile Banking*, seluruh responden (100%) merupakan pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, sedangkan tidak terdapat responden yang tidak menggunakan *mobile banking*. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan *mobile banking* sehingga mampu memberikan penilaian terhadap variabel yang diteliti.



3.1.2 Uji Kualitas Data

Sebelum dilakukan analisis regresi, instrument penelitian diuji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS versi 30. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas *Mobile Banking* (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1956), sehingga dinyatakan valid. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,70, sehingga instrument penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hasil pengujian validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,684	0,1956	Valid
	X1.2	0,744	0,1956	Valid
	X1.3	0,655	0,1956	Valid
	X1.4	0,638	0,1956	Valid
	X1.5	0,563	0,1956	Valid
	X1.6	0,578	0,1956	Valid
	X1.7	0,688	0,1956	Valid
	X1.8	0,639	0,1956	Valid
	X1.9	0,652	0,1956	Valid
	X1.10	0,735	0,1956	Valid

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kualitas *Mobile Banking* disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Kualitas *Mobile Banking* (X2)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas <i>Mobile Banking</i> (X2)	X2.1	0,640	0,1956	Valid
	X2.2	0,646	0,1956	Valid
	X2.3	0,777	0,1956	Valid
	X2.4	0,693	0,1956	Valid
	X2.5	0,730	0,1956	Valid
	X2.6	0,753	0,1956	Valid
	X2.7	0,733	0,1956	Valid
	X2.8	0,642	0,1956	Valid
	X2.9	0,689	0,1956	Valid
	X2.10	0,739	0,1956	Valid

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kualitas *Mobile Banking* disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,777	0,1956	Valid
	Y.2	0,735	0,1956	Valid
	Y.3	0,712	0,1956	Valid
	Y.4	0,781	0,1956	Valid
	Y.5	0,766	0,1956	Valid
	Y.6	0,734	0,1956	Valid
	Y.7	0,710	0,1956	Valid
	Y.8	0,665	0,1956	Valid
	Y.9	0,826	0,1956	Valid
	Y.10	0,822	0,1956	Valid

Setiap elemen di setiap variabel menunjukkan nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, sehingga semua indikator dianggap valid dan cocok digunakan sebagai alat untuk penelitian.

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* $\alpha > 0,60$. Hasil uji reliabilitas penelitian pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,855	0,60	Reliabel
Kualitas <i>Mobile Banking</i> (X2)	0,886	0,60	Reliabel

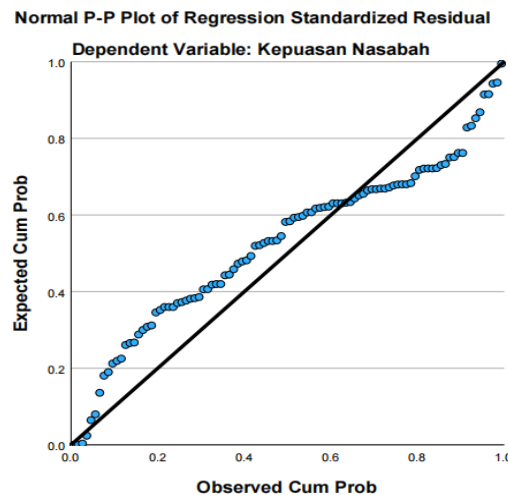


Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,911	0,60	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha dari ketiga variabel penelitian memiliki nilai reliabilitas lebih dari 0,60. Tabel menunjukkan bahwa ketiga variabel ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, yang merupakan indikator kuat bahwa data yang dikumpulkan dari instrument tersebut valid dan dapat dipercaya.

3.1.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menjamin bahwa model regresi memenuhi prinsip dasar, sehingga estimasi parameter dapat diartikan dengan lebih sahih. Normalitas residual diuji menggunakan grafik Normal P-P Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov Test.



Gambar 2. Normal P-P Plot of Regression

Berdasarkan Gambar 2 Normal P-P Plot dari residual regresi terstandarisasi cenderung sejajar dengan garis diagonal, dengan beberapa pola penyimpangan di bagian atas dan bawah grafik. Hasil Kolmogorov-Smirnov Test disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98984745
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.146
	Negative	-.154
Test Statistic		.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		<.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	<.001
	99% Confidence	Lower Bound .000
	Interval	Upper Bound .000

Berdasarkan hasil Tabel 13. Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan adanya ketidaknormalan, nilai signifikansi asimtotik kurang dari 0,001 dan nilai uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,154. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.727	1.376
	Kualitas Mobile Banking	.727	1.376

Berdasarkan Tabel 14. Uji Multikolinearitas, variabel kualitas pelayanan dan kualitas mobile banking memperoleh nilai $0,727 < 0,10$ dan $1,376 > 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi syarat multikolinearitas.



3.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 15.

Tabel 15. Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	5.585	4.157		1.343
	Kualitas Pelayanan	.453	.105	.346	4.296
	Kualitas Mobile Banking	.438	.071	.496	6.161
					Sig.
					.182
					<,001
					<,001

Persamaan regresi berikut diperoleh dari hasil tabel:

$$Y = 5.585 + 0,453X_1 + 0,438X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,453 dan kualitas *mobile banking* sebesar 0,438 mengindikasikan bahwa peningkatan kedua variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, nilai signifikan masing-masing variabel < 0,001 (<0,05), sehingga kedua variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3.1.5. Pengujian Hipotesis

Uji parsial disajikan pada Tabel 16.

Tabel 16. Uji t (Parsial)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	5.585	4.157		1.343
	Kualitas Pelayanan	.453	.105	.346	4.296
	Kualitas Mobile Banking	.438	.071	.496	6.161
					Sig.
					.182
					<,001
					<,001

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y):

Berdasarkan pengujian Tabel 16. diperoleh t_{hitung} sebesar 4,296 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa H_1 diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, serta mampu memenuhi kebutuhan nasabah menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Giawa et al., 2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Putro et al., 2021) yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang andal, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada industri perbankan syariah.

b. Pengaruh Kualitas Mobile Banking (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y):

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 6,161 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_2 diterima. Hal ini membuktikan bahwa kualitas *mobile banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kecepatan akses, serta kelengkapan fitur pada layanan *mobile banking* mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Seiring berkembangnya transformasi digital di sektor perbankan, layanan digital menjadi salah satu faktor yang menentukan pengalaman nasabah dalam bertransaksi. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah karena mampu memberikan kemudahan, efisiensi waktu, dan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan.

Tabel 17. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1391.390	2	695.695	57.847	<,001 ^b
	Residual	1166.570	97	12..847		
	Total	2557.960	99			



c. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F):

Secara simultan, Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas *Mobile Banking* (X2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan oleh perolehan nilai F_{hitung} sebesar 57,847 dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_3 diterima. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas *mobile banking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh transaksi langsung melalui pelayanan di kantor cabang, tetapi juga oleh kualitas layanan digital yang diberikan bank. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia perlu menjaga keseimbangan antara peningkatan kualitas pelayanan secara langsung dengan pengembangan layanan *mobile banking* yang mudah digunakan, aman, dan andal sehingga mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

3.1.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 18.

Tabel 18. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	.738 ^a	.544	.535	3.468

Berdasarkan Tabel 18. Koefisien Determinasi, berdasarkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,535 yang artinya memberikan penjelasan yang memuaskan mengenai hubungan antara kedua variabel.

3.2. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan langsung secara fisik maupun interpersonal di kantor cabang tetap memegang peranan krusial dalam menciptakan kepuasan nasabah. Interaksi tatap muka yang andal, jaminan rasa aman, penampilan fisik kantor yang nyaman, sikap empati, serta ketanggapan karyawan (SERVQUAL) secara nyata diapresiasi oleh nasabah.

Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa aktivitas tak berwujud seperti interaksi karyawan dan penanganan keluhan nasabah menjadi tolok ukur utama kepuasan pelanggan. Ketika ekspektasi nasabah terhadap pelayanan di dunia nyata terpenuhi dengan baik, hal tersebut akan memicu kepuasan emosional yang tinggi. Hasil ini juga memperkuat studi dari (Putro et al., 2021) yang mengonfirmasi adanya korelasi positif yang kuat antara dimensi pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa perbankan.

2. Pengaruh Kualitas *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Di era digitalisasi perbankan syariah saat ini, kualitas layanan elektronik (*e-banking*) menjadi penentu utama dalam mempertahankan nasabah. Berdasarkan temuan statistik, variabel kualitas *mobile banking* bahkan memiliki nilai hitung uji t yang lebih besar (6,161) dibandingkan variabel kualitas pelayanan konvensional (4,296). Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah BSI KCP Jakarta Bona Indah saat ini menaruh ekspektasi dan penilaian yang sangat tinggi pada kepraktisan transaksi digital.

Aspek-aspek seperti kenyamanan penggunaan, ketatnya sistem keamanan (PIN, OTP, sidik jari), kemudahan operasional menu, desain antarmuka yang modern, serta stabilitas sistem aplikasi terbukti menjadi faktor pendorong kepuasan yang dominan. Layanan digital per perbankan yang responsif membantu nasabah melakukan transaksi kapan saja secara efisien. Hasil penelitian ini mendukung temuan dari (Shofiah et al., 2022) yang menyatakan bahwa inovasi fitur digital seperti aplikasi perbankan seluler yang stabil memiliki pengaruh langsung dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di era modern.

3. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Secara keseluruhan, integrasi yang solid antara kualitas pelayanan konvensional di kantor cabang (layanan offline) dan keandalan sistem aplikasi *mobile banking* (layanan online) menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan industri perbankan syariah. Pertumbuhan jumlah nasabah BSI yang meningkat pesat dari tahun ke tahun pasca-merger membuktikan bahwa kombinasi perluasan akses digital dan penguatan kepercayaan masyarakat berjalan beriringan.

Meskipun digitalisasi perbankan melalui aplikasi seperti BSI Mobile dan BYOND by BSI terus meluas, kehadiran layanan fisik kantor cabang yang prima tetap dibutuhkan sebagai pilar penopang kepercayaan nasabah, terutama saat menghadapi kendala transaksi yang bersifat kompleks. Keberhasilan BSI KCP Jakarta Bona Indah dalam mempertahankan kepuasan 15.719 nasabahnya sangat bergantung pada kemampuan manajemen untuk terus mengoptimalkan performa kedua aspek layanan ini secara seimbang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jakarta Bona Indah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penting yang menjawab seluruh permasalahan penelitian ini. Pertama, secara parsial ditemukan bahwa



Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,296 yang lebih besar dari t_{hitung} yaitu 1,1660, serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini menandakan bahwa pelayanan yang konsisten secara langsung membentuk loyalitas dan kenyamanan emosional bagi para nasabah perbankan syariah di kantor cabang tersebut. Kedua, analisis parsial pada variabel Kualitas *Mobile Banking* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan yang kuat terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai t_{hitung} yang mencapai 6,161 yang melampaui t_{hitung} 1,1660 dengan tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa aspek digitalisasi melalui *Mobile Banking* BSI, terutama dalam hal efisiensi, kemudahan navigasi, keandalan sistem, serta keamanan bertransaksi, menjadi pilar utama dalam memberikan kepuasan instan pada era perbankan modern. Ketiga, pengujian secara simultan melalui uji F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 57,847 yang jauh lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09 dengan signifikansi 0,000, sehingga membuktikan bahwa kombinasi dari Kualitas Pelayanan konvensional di kantor cabang dan Kualitas *Mobile Banking* secara bersama-sama memiliki peran krusial dalam mendongkrak tingkat Kepuasan Nasabah secara optimal. Keterbaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada integrasi harmonis antara keunggulan interaksi fisik (*human touch*) dan keandalan sistem digital (*tech touch*) dalam ekosistem perbankan syariah pasca-merger, menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak lagi bergantung pada salah satu aspek saja melainkan sinergi keduanya. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk perbaikan di masa mendatang, di antaranya adalah jumlah sampel yang terbatas sebanyak 100 responden serta ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada satu kantor cabang pembantu (KCP), yaitu BSI KCP Jakarta Bona Indah, sehingga generalisasi hasil penelitian pada skala nasional perlu dilakukan dengan hati-hati. Selain itu, variabel independen yang diteliti terbatas pada dua variabel saja, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel potensial lain seperti citra merek (*brand image*), kepercayaan nasabah, variasi produk tabungan syariah, serta kepatuhan syariah (*sharia compliance*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika kepuasan konsumen perbankan syariah di Indonesia. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Bona Indah perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan yang cepat, responsive, ramah, dan profesional serta mengoptimalkan kualitas layanan mobile banking agar semakin mudah digunakan, aman, dan andal. Upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat loyalitas, serta mendukung daya saing Bank Syariah Indonesia dalam menghadapi perkembangan layanan perbankan digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademis dalam pengembangan penelitian mengenai kualitas pelayanan, kualitas mobile banking, dan kepuasan nasabah pada sektor perbankan syariah.

REFERENCES

- Aida, Hermina, D., & Norlaila. (2025). Jenis Data Penelitian Kuantitatif (Korelasional, Komparatif, Dan Eksperimen). *Al-Manba Jurnal Ilmiah Keislaman Dan Kemasyarakatan*, 10(1), 31–40. <https://doi.org/10.69782/Almanba.V10i1.48>
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile Banking Services Quality And Its Impact On Customer Satisfaction Of Indonesian Islamic Banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. <https://www.academia.edu/download/59306124/11852-26893-4-Pb20190518-6204-1sywosr.pdf>
- Giawa, L. W. N., Yunita, M., & Hasanah, U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Sumut Kcp Sei Sikambing. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 3497–3507. <https://doi.org/10.57250/Ajsh.V5i3.1694>
- Gulo, N., Situmeang, M., & Riani, N. (2026). Pengaruh Efektivitas Dan Efisiensi Kerja Pegawai Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Melalui Pelayanan Administrasi Sebagai Variabel Intervening Di Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia Medan. *Journal Of Social And Economics Research*, 7(2), 2249–2264. <https://doi.org/10.54783/Jser.V7i2.1387>
- Hasanuddin, H., & Rony, Z. T. (2025). Systematic Literature Review: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan. *Jemma (Journal Of Economic, Management And Accounting)*, 8(1), 46–59. <https://doi.org/10.35914/Jemma.V8i1.3098>
- Kapiso, L., & Andriana, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan D'talaga Restaurant Dan Villa's Kotamobagu. *Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2), 6806–6814. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i2.1747>
- Kurniawan, M. R., & Masruchin. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai-Nilai Syariah Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bsi Kcp Ahmad Yani Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 8(1), 206–217. [https://doi.org/10.25299/Jtb.2025.Vol8\(1\).22822](https://doi.org/10.25299/Jtb.2025.Vol8(1).22822)
- Mardhiyah, Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, Dan Strategi Pemilihan Yang Tepat. *Katalis Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Matematika*, 2(2), 208–218. <https://doi.org/10.62383/Katalis.V2i2.1670>
- Mushofa, M., Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi Dan Sampel: Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5937–5948. <https://doi.org/10.46799/Jsa.V5i12.1992>
- Naufaliani, N., & Widyawan, B. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Cabang Kcu Tanjung Priok. In *Available At Pertumbuhan Ini Jumabi* (Vol. 5, Number 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31334/Jambis.V5i2.4969>
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *Scientific Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 8(2), 584–593. <https://doi.org/10.37481/Sjr.V8i2.1090>
- Putro, H. T. L., Thamrin, & Samsudin. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pt. Bank Negara Indonesia Tbkdi Kcp Buaran Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 48–56. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/Jumabi>
- Rahmi, L., Stevani, & Verawati, R. (2026). The Influence Of Student Perceptions Of Teacher Teaching Styles , Learning Interests , Learning Styles , Social Support , And Family Environment On Student Learning Achievement In Economics. *Journal Of*



- Practice Learning And Educational Development*, 6(1), 687–698. <https://doi.org/10.58737/Jpled.V6i1.818>
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N., & Azis, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca. *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting*, 3(3), 710–722. <https://doi.org/10.47065/Arbitrase.V3i3.660>
- Shofiah, S. M., Fakhriza, M. A. K., & Prihartono. (2022). Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bjb (Studi Pada Pengguna Bjb Digi Di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2). <https://doi.org/10.31955/Mea.Vol6.Iss2.Pp1-13>
- Syahrudin, A. Z. S., Samad, S., & Bahari, A. F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Sulselbar Cabang Pangkep. *Center Of Economic Student Journal*, 8(1), 2621–8186. <https://doi.org/10.56750/Csej.V8i1.155>
- Syauqi, M. R. A., Nurfaaji, B. B., Saputra, H. H., Zuriyah, Y., & Priatna, T. (2026). A Study Of Quantitative, Qualitative, And Mixed Methods Data Analysis Techniques In Indonesian National Journal Articles: Systematic Literature Review. *Interdisiplin: Journal Of Qualitative And Quantitative Research*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.61166/Interdisiplin.V3i1.144>
- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (Ambitek)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/Ambitek.V3i1.65>
- Wiyaldo, Aravik, H., & Fadilla. (2024). Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Km 12. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3), 645–664. <https://doi.org/10.61930/Jebmak.V3i3.764>
- Yuniasti, I., Evelina, T. Y., & Nurtjahjani, F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Face Recognition Boarding Gate Di Pt Kai Stasiun Malang Kota Baru. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 15(1), 95–104. <https://doi.org/10.52643/Jam.V15i1.4962>