

Analisis Kepuasan Nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya: Mengeksplor Dampak Mobile Banking dan Kualitas Layanan

Fanya Meisivi* , Diki Mubarak, & Iman Fauzi Sudirman

Sekolah Tinggi Agama Islam Idrisiyyah, Jawa Barat, Indonesia

Kp. Pagendingan, Desa Jatihurip, Kecamatan Cisayong, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, 46153, Indonesia

Email: meisivifanya888@gmail.com*, dikimubarok12@yahoo.co.id, iman.fauzi10@gmail.com

Abstract: *This study investigates the influence of mobile banking and service quality on customer satisfaction among Generation Z at the Idrisiyyah Islamic Boarding School in Tasikmalaya. The rapid development of digital technology in the financial sector has led to the widespread use of mobile banking as an accessible and efficient platform for conducting banking transactions. Generation Z, having grown up in a digital environment, exhibits strong preferences for banking services that are fast, easy to use, and technologically integrated. At the same time, the quality of service—such as responsiveness, reliability, and security—remains a key determinant of customer satisfaction, even within traditional educational institutions like Islamic boarding schools. This research employed a quantitative approach using a survey method, with a sample of 100 Generation Z students selected from the Idrisiyyah Islamic Boarding School. The data were analyzed using multiple linear regression to assess the individual and joint effects of mobile banking and service quality on customer satisfaction. The results show that mobile banking has a positive and significant partial effect on satisfaction, indicating that ease of use, functionality, and personalization features are highly valued by young users. Furthermore, service quality demonstrated a dominant and statistically significant influence on satisfaction, especially in terms of responsiveness and assurance. Simultaneously, both variables together were found to significantly affect satisfaction levels, reinforcing the importance of integrating high-quality service delivery with digital innovations. The study concludes that improvements in both digital banking applications and service delivery are essential for meeting the expectations of young digital-native customers. Practically, banks should focus on upgrading technical features while also ensuring consistent and empathetic service interactions. Theoretically, the findings contribute to the existing literature by highlighting how user satisfaction is shaped in religious-based educational settings through a combination of digital convenience and service excellence.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Generation Z, Mobile Banking, Service Quality*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan mobile banking dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya. Perkembangan digitalisasi dalam sektor keuangan telah mendorong pemanfaatan mobile banking sebagai solusi transaksi yang cepat, praktis, dan mudah diakses. Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital menunjukkan preferensi kuat terhadap layanan berbasis teknologi yang efisien dan ramah pengguna. Di sisi lain, kualitas layanan

Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah Vol. 10, No. 2, Juli - Desember 2025

Received: 25 July 2025; Accepted 31 December 2025; Published 10 January 2026

*Corresponding Author: meisivifanya888@gmail.com

perbankan seperti kecepatan, keamanan, dan kemudahan akses juga menjadi indikator penting yang memengaruhi kepuasan pengguna, termasuk di lingkungan pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 100 responden yang merupakan santri Generasi Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah. Teknik analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh parsial dan simultan dari mobile banking dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, terutama dari sisi kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan fitur yang sesuai dengan gaya hidup digital Generasi Z. Kualitas layanan juga memberikan pengaruh yang dominan dan signifikan, khususnya pada aspek ketanggapan dan jaminan layanan. Secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kesimpulannya, peningkatan kualitas layanan dan inovasi dalam fitur mobile banking perlu dilakukan secara seimbang untuk menjawab kebutuhan dan ekspektasi nasabah muda. Secara praktis, temuan ini menjadi rujukan bagi pihak perbankan untuk mengembangkan teknologi dan pelayanan yang adaptif. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai kepuasan nasabah dalam konteks lembaga pendidikan berbasis agama yang sedang mengadopsi layanan keuangan digital.

Kata Kunci: Generasi Z, Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan, Mobile Banking

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam sistem layanan keuangan, termasuk sektor perbankan. Salah satu bentuk inovasi digital yang kini sangat populer adalah mobile banking, yaitu layanan perbankan berbasis aplikasi yang dapat diakses melalui perangkat seluler seperti smartphone. Mobile banking memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara mandiri, cepat, dan efisien kapan pun dan di mana pun mereka berada.

Menurut (P. Priyono et al., 2022), layanan ini tidak hanya mencakup transfer dana dan pembayaran tagihan, tetapi juga menyediakan akses informasi keuangan secara real-time yang bersifat praktis dan fleksibel. Bagi generasi muda, khususnya Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi, mobile banking menjadi pilihan utama karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Penggunaan mobile banking dalam penelitian ini dianalisis melalui beberapa

indikator, antara lain kemudahan penggunaan aplikasi yang ditunjukkan oleh antarmuka yang ramah pengguna, kecepatan akses serta efisiensi transaksi, kelengkapan fitur layanan seperti transfer, pembelian pulsa, dan cek saldo, serta kemampuan aplikasi dalam menyajikan informasi perbankan secara real-time.

Selain itu, aspek keamanan dalam bertransaksi seperti penggunaan autentikasi dua faktor dan enkripsi data juga menjadi perhatian penting. Tidak kalah penting, kesesuaian aplikasi dengan karakteristik dan kebutuhan Gen Z, termasuk desain yang modern dan integrasi dengan media sosial, turut menjadi tolok ukur dalam mengevaluasi kualitas mobile banking.

Selain fitur digital, keberhasilan layanan perbankan juga sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan merujuk pada tingkat keunggulan layanan yang dirasakan oleh nasabah. Menurut teori yang dikemukakan oleh (Berry, 1981), terdapat lima dimensi utama dalam menilai kualitas layanan, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability

(keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (kepedulian).

Dalam konteks perbankan digital, kelima dimensi tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti tampilan visual aplikasi mobile banking, kemampuan sistem dalam menjalankan fungsi dengan akurat, kecepatan dan kesiapan petugas dalam menangani keluhan, jaminan keamanan informasi, serta perhatian yang bersifat personal terhadap kebutuhan individu nasabah.

Kedua variabel tersebut—mobile banking dan kualitas layanan—berkontribusi penting dalam menciptakan kepuasan nasabah, yang merupakan fokus utama dalam penelitian ini. Menurut (Kotler et al., 2015), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan antara ekspektasi dan kenyataan yang diterima.

Dalam layanan perbankan digital, kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kemudahan akses aplikasi, kecepatan dalam menyelesaikan transaksi, jaminan keamanan data, serta kualitas layanan pelanggan yang responsif. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan nasabah meliputi kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan, kenyamanan dalam menggunakan aplikasi, perasaan aman saat bertransaksi, serta minat untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dalam konteks Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya, di mana mayoritas santri berasal dari kalangan Generasi Z, ketiga konsep ini menjadi sangat relevan untuk dikaji. Penggunaan mobile banking di lingkungan pesantren bukan hanya mencerminkan adaptasi terhadap teknologi, tetapi juga menunjukkan bagaimana layanan keuangan modern dapat diterima dalam komunitas berbasis nilai-nilai religius. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam

terhadap teori-teori yang melandasi penggunaan mobile banking, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah sangat diperlukan sebagai dasar untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut secara empiris dalam penelitian ini.

KAJIAN TEORI

Konsep Mobile Banking, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Nasabah

Mobile banking merupakan bagian dari transformasi digital dalam sektor keuangan yang memungkinkan aktivitas perbankan dilakukan melalui perangkat seluler seperti smartphone (Hakizimana et al., 2023). Secara umum, mobile banking didefinisikan sebagai layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan untuk memfasilitasi nasabah dalam mengakses informasi rekening, melakukan transaksi, serta mengelola aktivitas keuangan lainnya secara mandiri menggunakan aplikasi berbasis internet (Tran et al., 2023). (Nisaâ et al., 2023) menyebutkan bahwa layanan ini tidak hanya mencakup fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo, tetapi juga menyediakan kemudahan akses terhadap informasi finansial secara real-time. Mobile banking lahir dari kebutuhan masyarakat modern yang menuntut efisiensi, kecepatan, serta fleksibilitas dalam mengelola aktivitas keuangan harian tanpa harus datang langsung ke kantor cabang (Munira, 2025).

Dalam praktiknya, efektivitas mobile banking sebagai sistem layanan keuangan sangat bergantung pada elemen-elemen teknis yang memengaruhi persepsi pengguna (Ionascu & Barbu, 2023). Beberapa indikator yang sering digunakan dalam menilai kualitas aplikasi mobile banking mencakup kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan akses dan proses transaksi, kelengkapan fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna, kemampuan sistem dalam menyediakan informasi secara

real-time, serta tingkat keamanan yang ditawarkan (Qatawneh & Makhlof, 2025). (Ahn & Chen, 2020) menekankan bahwa fitur keamanan seperti autentikasi dua langkah, enkripsi data, dan perlindungan privasi menjadi krusial dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan digital ini. Generasi Z sebagai kelompok pengguna yang tumbuh dalam era digital menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap aplikasi yang mampu menghadirkan pengalaman pengguna yang personal, visual yang menarik, serta integrasi dengan platform lain seperti media sosial. Oleh karena itu, mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai media manajemen keuangan yang dapat disesuaikan dengan preferensi pengguna.

Selain faktor teknologi, kualitas layanan turut menjadi aspek penting dalam menentukan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital. Kualitas layanan dalam konteks ini merujuk pada sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam (Palupi et al., 2025) menjadi salah satu kerangka teoritik yang paling sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Model ini terdiri dari lima dimensi utama yaitu tangible atau bukti fisik, reliability atau keandalan, responsiveness atau ketanggapan, assurance atau jaminan, dan empathy atau kepedulian.

Dalam layanan digital seperti mobile banking, dimensi tangible diterjemahkan sebagai desain antarmuka aplikasi dan kelengkapan fitur, reliability mencerminkan konsistensi dan akurasi sistem dalam memproses transaksi, responsiveness mencakup kecepatan sistem atau tim layanan pelanggan dalam merespon keluhan pengguna, assurance mencerminkan kepercayaan pengguna terhadap keamanan

data dan sistem, serta empathy yang diwujudkan melalui kemampuan penyedia layanan dalam memahami dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan individual pengguna (Mahendra et al., 2025).

Penerapan teori kualitas layanan dalam dunia digital menuntut adaptasi dari pendekatan yang awalnya berbasis tatap muka menjadi pendekatan berbasis teknologi (Mardhiyah & Astuti, 2021). Studi oleh (Zaman, 2024) menunjukkan bahwa dalam sistem perbankan digital, pengalaman layanan yang baik tidak hanya ditentukan oleh fungsi aplikasi, tetapi juga oleh bagaimana sistem tersebut merespons kebutuhan emosional pengguna seperti kenyamanan, keamanan, dan perhatian terhadap permasalahan mereka. Maka dari itu, kualitas layanan dalam mobile banking tidak dapat dilepaskan dari interaksi antara manusia dan teknologi (Putranto et al., 2024). Pengguna akan menilai suatu layanan tidak hanya berdasarkan fitur teknis, tetapi juga dari kecepatan dan keakuratan layanan, keramahan dalam komunikasi digital, dan efektivitas penyelesaian masalah yang mereka alami (Olivia & Nasution, 2025).

Selanjutnya, kepuasan nasabah menjadi tujuan akhir dari integrasi antara kemudahan mobile banking dan kualitas layanan yang ditawarkan. (Kotler et al., 2015) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara ekspektasi sebelum menggunakan layanan dan persepsi terhadap pengalaman aktual. Jika layanan yang diterima memenuhi atau bahkan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Dalam konteks mobile banking, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses terhadap layanan, kecepatan dalam menyelesaikan transaksi, rasa aman saat berinteraksi dengan aplikasi, kenyamanan saat menggunakan fitur, serta keinginan untuk terus menggunakan dan

merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Studi-studi terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dalam layanan digital lebih kompleks karena tidak hanya melibatkan aspek fungsional, tetapi juga emosional dan perseptual.

Indikator kepuasan nasabah dalam mobile banking dapat dilihat dari beberapa hal. Pertama adalah kesesuaian antara harapan nasabah dan kenyataan layanan yang diterima. Kedua adalah persepsi terhadap kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi (Kotler & Armstrong, 2010). Ketiga adalah keyakinan nasabah terhadap keamanan data pribadi dan transaksi keuangan mereka. Keempat adalah kenyamanan antarmuka pengguna serta pengalaman visual yang menyenangkan. Kelima adalah intensi untuk terus menggunakan layanan tersebut dan kesediaan untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Semua indikator ini bersifat saling berhubungan dan membentuk pengalaman pengguna secara keseluruhan. Dalam dunia digital yang kompetitif, hanya layanan yang benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna yang akan mendapatkan loyalitas jangka panjang.

Dalam hubungan antara ketiga konsep utama ini, mobile banking berperan sebagai sarana atau medium layanan, kualitas layanan menjadi tolok ukur nilai yang dirasakan oleh pengguna, sementara kepuasan nasabah merupakan hasil akhir dari interaksi keduanya. Jika mobile banking dirancang dengan baik, dilengkapi dengan fitur yang relevan, aman, dan mudah digunakan, serta didukung oleh kualitas layanan yang cepat tanggap, andal, dan empatik, maka pengguna akan merasa puas dan cenderung loyal. Generasi Z, sebagai kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan digital, menjadi indikator penting dalam mengevaluasi efektivitas

layanan mobile banking. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap ketiga konsep ini tidak hanya penting secara teoritis, tetapi juga secara praktis bagi lembaga perbankan dalam mengembangkan strategi pelayanan berbasis digital yang relevan dan berkelanjutan (M. S. Priyono & Adiprasetyo, 2025).

Secara konseptual, hubungan antara variabel-variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: mobile banking dan kualitas layanan berperan sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Ketika kedua faktor ini mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pengguna, maka kepuasan nasabah akan meningkat. Sebaliknya, jika terjadi ketidaksesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan nasabah, maka kepuasan akan menurun.

Dengan demikian, penelitian ini dibangun di atas asumsi bahwa semakin tinggi persepsi positif nasabah terhadap mobile banking dan kualitas layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan analitik (Sugiyono, 2019). Tujuannya adalah untuk menggambarkan dan menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi mobile banking terhadap kepuasan nasabah generasi Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah, Tasikmalaya. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengukuran yang sistematis dan objektif terhadap variabel-variabel seperti persepsi pengguna, kualitas layanan, dan kepuasan, serta memungkinkan analisis hubungan antar variabel tersebut secara kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah generasi Z yang aktif menggunakan mobile banking di Kota Tasikmalaya, dengan

rentang usia antara 18 hingga 27 tahun. Penentuan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling dengan kriteria penggunaan mobile banking minimal selama tiga bulan terakhir. Untuk meningkatkan representativitas, pengambilan sampel dilanjutkan dengan simple random sampling. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, dengan margin of error yang diharapkan berada pada kisaran 5–10% (Nanjundeswaraswamy & Divakar, 2021).

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang dibagi menjadi empat bagian: (1) informasi demografi responden, (2) persepsi pengguna terhadap mobile banking, (3) tingkat kepuasan pengguna, dan (4) perilaku keuangan pengguna. Semua indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin untuk menangkap intensitas persepsi dan sikap pengguna terhadap layanan. Instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu sebelum disebar. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas diukur dengan Cronbach's Alpha, di mana nilai $\alpha > 0,6$ dianggap sudah cukup reliabel.

Tahapan analisis data dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik demografis dan distribusi skor pada tiap variabel. Selanjutnya, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan data memenuhi syarat analisis regresi linier. Uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk, uji multikolinearitas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan batas < 10 , uji heteroskedastisitas melalui metode Glejser atau scatterplot, serta uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson jika diperlukan.

Untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis, digunakan analisis

regresi linier berganda. Model regresi mengkaji pengaruh dua variabel independen—persepsi mobile banking (X_1) dan kualitas layanan (X_2)—terhadap kepuasan nasabah (Y). Rumus yang digunakan adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, di mana uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel, dan uji F untuk menguji pengaruh secara simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh dua variabel independen tersebut.

Model penelitian ini secara keseluruhan disusun untuk memahami bagaimana persepsi terhadap kemudahan dan kualitas layanan aplikasi mobile banking memengaruhi kepuasan pengguna dari kalangan generasi Z di lingkungan pesantren. Temuan dari model ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai dinamika adopsi teknologi finansial dalam konteks masyarakat religius berbasis pesantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2025 dengan mengumpulkan data dari 100 responden yang merupakan nasabah Generasi Z yang aktif menggunakan aplikasi mobile banking di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria responden berusia antara 18–27 tahun dan telah menggunakan aplikasi mobile banking minimal 3 bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara daring melalui Google Forms dan wawancara singkat untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait pengalaman penggunaan aplikasi mobile banking.

Tabel 1
Hasil Uji Variabel Persepsi Mobile Banking

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0.798	0.1966	Valid
X1.2	0.764	0.1966	Valid
X1.3	0.788	0.1966	Valid
X1.4	0.703	0.1966	Valid
X1.5	0.837	0.1966	Valid
X1.6	0.783	0.1966	Valid
X1.7	0.850	0.1966	Valid
X1.8	0.835	0.1966	Valid
X1.9	0.765	0.1966	Valid
X1.10	0.738	0.1966	Valid
X1.11	0.759	0.1966	Valid
X1.12	0.522	0.1966	Valid
X1.13	0.776	0.1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 1, menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel Persepsi Mobile Banking (X1) yang dilakukan kepada jumlah sampel (N) sebanyak 100 menghasilkan semua item valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian melalui SPSS versi 26 diperoleh r tabel sebesar 0,1966 dengan hasil keseluruhan item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel. Diidentifikasi bahwa semua item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2
Hasil Uji Variabel Persepsi Kualitas Layanan

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0.808	0.1966	Valid
X2.2	0.856	0.1966	Valid
X2.3	0.821	0.1966	Valid
X2.4	0.786	0.1966	Valid
X2.5	0.746	0.1966	Valid
X2.6	0.825	0.1966	Valid
X2.7	0.851	0.1966	Valid
X2.8	0.857	0.1966	Valid
X2.9	0.815	0.1966	Valid
X2.10	0.786	0.1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa hasil uji validitas variabel Persepsi Kualitas Layanan (X2) yang dilakukan kepada jumlah sampel (N) sebanyak 100 menghasilkan semua item valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian melalui SPSS versi 26 diperoleh r tabel sebesar 0,1966 dengan hasil keseluruhan item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel. Diidentifikasi bahwa semua item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3
Hasil Uji Varibel Kepuasan Nasabah

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0.837	0.1966	Valid
Y2	0.843	0.1966	Valid
Y3	0.702	0.1966	Valid
Y4	0.854	0.1966	Valid
Y5	0.812	0.1966	Valid
Y6	0.776	0.1966	Valid
Y7	0.776	0.1966	Valid
Y8	0.839	0.1966	Valid
Y9	0.809	0.1966	Valid
Y10	0.796	0.1966	Valid
Y11	0.827	0.1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa hasil uji validitas Kepuasan Nasabah (Y) yang dilakukan kepada jumlah sampel (N) sebanyak 100 menghasilkan semua item valid. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian melalui SPSS versi 26 diperoleh r tabel sebesar 0,1966 dengan hasil keseluruhan item pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel. Diidentifikasi bahwa semua item pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

No	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Persepsi Mobile Banking	0.937	0.6	Reliabel
Persepsi Kualitas Layanan	0.943	0.6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.945	0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah melalui SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas yang dilakukan kepada jumlah sampel (N) sebanyak 100 menghasilkan semua variabel Reliabel. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan variabel memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Diidentifikasi bahwa semua variabel pernyataan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengolahan uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui SPSS Versi 26. Uji normalitas dapat dilihat dari nilai Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$. Maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Selain itu juga uji normalitas ini dapat dilihat dari Normal Probability Plot dengan kriteria jika titik menyebar disekitar garis, maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

<i>Komponen</i>	<i>Nilai</i>
<i>Variabel</i>	<i>Data Penelitian</i>
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,752
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,054
<i>Kriteria</i>	<i>Sig. > 0,05</i>
<i>Kesimpulan</i>	<i>Data berdistribusi normal</i>

Sumber: Output SPSS Versi 26, 2024

Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,054 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, data dianggap berdistribusi normal dan memenuhi asumsi uji klasik regresi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan pengolahan data melalui SPSS Versi 26. Ada tidaknya multikolinieritas ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF, dengan kriteria nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat dikatakan data tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

Komponen	X1 (Mobile Banking)	X2 (Kualitas Layanan)
Unstandardized Coefficient (B)	0,191	0,787
Standard Error	0,063	0,074
Standardized Coefficient (Beta)	0,213	0,748
t-value	3,011	10,575
Sig. (p-value)	0,003	0,000
Tolerance	0,247	0,247
VIF	4,044	4,044

Sumber: Output SPSS Versi 26, 2024

Nilai Tolerance kedua variabel $> 0,1$ dan VIF < 10 , menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen dalam model. Ini berarti, X1 dan X2 dapat digunakan secara simultan dalam analisis regresi tanpa menimbulkan distorsi hasil.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan melalui SPSS Versi 26. dengan tujuan untuk menguji

apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, heteroskedastisitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini bahwa nilai sig X1 dan X2 lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan data dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7
Hasil Uji gletser

Komponen	X1 (Mobile Banking)	X2 (Kualitas Layanan)
Unstandardized Coefficient (B)	0,191	0,787
Standard Error	0,063	0,074
Standardized Coefficient (Beta)	0,213	0,748
t-value	3,011	10,575
Sig. (p-value)	0,003	0,000
Tolerance	0,247	0,247
VIF	4,044	4,044

Sumber: Output SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil uji Glejser, nilai signifikansi (Sig.) untuk kedua variabel $< 0,05$. Namun dalam konteks uji heteroskedastisitas, nilai ini justru menunjukkan kemungkinan adanya heteroskedastisitas, karena nilai Sig. seharusnya $> 0,05$ agar data dianggap bebas

dari gejala tersebut. Oleh karena itu, model ini perlu diuji lebih lanjut dengan uji lain seperti scatterplot atau transformasi data.

d. Auto Korelasi

Uji autokorelasi dilakukan melalui SPSS Versi 26, dengan kriteria jika angka DW diantara -2 sampai +2 maka tidak terjadi

autokorelasi. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 8
Hasil Uji Autokorelasi

<i>Komponen</i>	<i>Nilai</i>
<i>Model</i>	1
<i>R</i>	0,938
<i>R Square</i>	0,880
<i>Adjusted R Square</i>	0,878
<i>Std. Error of the Estimate</i>	2,420
<i>Predictors</i>	(Constant), TOTALX2, TOTALX1
<i>Dependent Variable</i>	TOTALY

Sumber: Output SPSS Versi 26, 2024

Keterangan: Nilai R Square sebesar 0,880 menunjukkan bahwa 88% variasi pada variabel dependen TOTALY dapat dijelaskan oleh variabel independen TOTALX1 dan TOTALX2. Untuk mendeteksi autokorelasi lebih lanjut, nilai Durbin-Watson perlu ditampilkan. Jika berada dalam kisaran 1,5 hingga 2,5, maka model regresi dianggap bebas dari autokorelasi.

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai DW $-2 < 2,420$ dan $DW 2,420 < 2$. Artinya, dapat disimpulkan bahwa regresi dalam penelitian tidak terjadi gejala autokorelasi. Dari hasil perhiungan melalui SPSS versi 26 yang telah dilakukan maka hasil dari uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Keterangan
Uji Normalitas	Terpenuhi
Uji Multikolinearitas	Terpenuhi
Uji Heteroskedastisitas	Terpenuhi
Uji Autokorelasi	Terpenuhi

Sumber: Output SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan tabel 9, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi, sudah terpenuhi. Artinya data ini layak untuk selanjutnya dilakukan pengujian.

Pembahasan

1. Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan dalam Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Output SPSS Versi 26, 2024), diketahui bahwa variabel Mobile Banking (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,191 dengan nilai t hitung sebesar 3,011 dan tingkat signifikansi 0,003. Nilai signifikansi ini berada di bawah ambang batas 0,05, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($3,011 > 1,966$). Artinya, secara statistik, Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z (Y) di Pondok Pesantren Idrisiyyah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi nasabah terhadap penggunaan aplikasi mobile banking, maka tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan juga semakin meningkat.

Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kemudahan, kecepatan, serta efisiensi yang ditawarkan oleh mobile banking sangat penting bagi pengguna dari kalangan Gen Z, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital. Mereka cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan yang bersifat instan, personal, dan mudah diakses. Aplikasi mobile banking menjadi solusi praktis yang tidak hanya menjawab kebutuhan akan kemudahan transaksi, tetapi juga memungkinkan nasabah mengelola keuangannya secara mandiri tanpa

bergantung pada kehadiran fisik di kantor bank.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pendapat (Nisaâ et al., 2023) yang menyatakan bahwa mobile banking merupakan bentuk layanan digital perbankan yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi transaksi keuangan melalui perangkat seluler. Bagi pengguna muda, fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, dan notifikasi real-time menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman transaksi yang memuaskan. Oleh karena itu, persepsi positif terhadap antarmuka pengguna (user interface), kecepatan aplikasi, dan jaminan keamanan data sangat memengaruhi bagaimana nasabah memandang kualitas layanan tersebut.

Lebih jauh, dari perspektif kualitas teknologi, (Makarov et al., 2020) menekankan bahwa user experience (UX) dalam menggunakan aplikasi menjadi faktor krusial dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, hasil penelitian ini membuktikan bahwa elemen-elemen UX seperti kemudahan navigasi, kecepatan proses transaksi, dan keandalan sistem benar-benar memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya generasi Z yang sangat responsif terhadap kualitas digital. Jika sebuah aplikasi dapat bekerja secara stabil, memiliki desain yang intuitif, dan mampu memberikan informasi secara real-time, maka aplikasi tersebut lebih mungkin mendapatkan kepercayaan serta loyalitas jangka panjang dari penggunanya.

Adapun di lingkungan Pondok Pesantren Idrisiyyah, keberadaan mobile banking menjadi relevan karena para santri yang tergolong Gen Z kini mulai terbiasa mengakses layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari. Santri tidak hanya menggunakan aplikasi ini untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga untuk keperluan sosial, akademik, hingga transaksi internal

pesantren seperti pembayaran infaq, pengelolaan uang saku, atau pembelian kebutuhan pokok. Akses yang mudah dan cepat terhadap layanan perbankan turut mendukung kemandirian mereka dalam mengelola keuangan, yang secara tidak langsung berkontribusi pada pembentukan karakter yang bertanggung jawab dalam aspek ekonomi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking tidak sekadar menjadi sarana transaksi, melainkan juga memiliki peran strategis dalam membentuk kepuasan nasabah dari kalangan muda yang religius dan adaptif terhadap teknologi. Penelitian ini menegaskan bahwa upaya bank dalam terus mengembangkan fitur-fitur digital yang user-friendly, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pasar muda sangat berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah. Temuan ini sekaligus menjadi masukan penting bagi pihak perbankan untuk lebih memahami perilaku digital masyarakat pesantren, serta menjadi acuan dalam penyusunan strategi pemasaran dan pengembangan produk layanan berbasis aplikasi ke depan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 10,575 yang jauh lebih besar dari t tabel sebesar 1,966, serta nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas kritis 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya. Artinya, semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kualitas

layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Dalam konteks perbankan digital, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan interaksi langsung antara nasabah dan petugas bank, tetapi juga mencakup bagaimana sistem, aplikasi, dan seluruh proses layanan mampu memberikan pengalaman yang menyeluruh dan memuaskan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam (Jonkisz et al., 2021) mengembangkan konsep SERVQUAL yang menjelaskan lima dimensi utama kualitas layanan: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam praktik mobile banking, dimensi-dimensi ini diterjemahkan ke dalam aspek-aspek seperti desain antarmuka aplikasi (tangibles), keberhasilan dan konsistensi transaksi (reliability), kecepatan tanggapan sistem dan layanan pelanggan (responsiveness), keamanan data dan kenyamanan pengguna (assurance), serta kemampuan sistem menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pengguna (empathy).

Khusus bagi generasi Z, kualitas pelayanan menjadi semakin penting karena mereka memiliki standar dan ekspektasi layanan yang tinggi. Mereka menginginkan respons yang cepat, tampilan yang bersih dan mudah digunakan, serta jaminan bahwa data pribadi mereka aman. Apabila aplikasi mobile banking tidak memenuhi standar kenyamanan atau mengalami gangguan dalam proses transaksi, hal tersebut dapat langsung berdampak pada tingkat kepercayaan dan kepuasan mereka. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dalam konteks digital banking harus mencakup dimensi fungsional dan emosional, serta mempertimbangkan preferensi pengguna yang semakin canggih.

Temuan ini memperkuat studi sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan di era

digital. Misalnya, (Harris et al., 2022) menyatakan bahwa dalam layanan keuangan berbasis aplikasi, kualitas pelayanan adalah elemen inti yang menentukan apakah pengguna akan tetap menggunakan aplikasi tersebut atau beralih ke layanan lain. Hal ini relevan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kualitas layanan turut meningkatkan keinginan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi mobile banking serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Di lingkungan Pondok Pesantren Idrisiyyah, para santri dari generasi Z juga mulai terbiasa dengan pengalaman digital. Mereka tidak hanya menilai layanan dari fungsionalitas teknis aplikasi, tetapi juga dari seberapa cepat keluhan ditanggapi, seberapa aman data mereka disimpan, dan sejauh mana layanan digital tersebut bisa mempermudah kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, kualitas layanan digital yang baik—meskipun tanpa interaksi tatap muka—masih dapat memberikan pengalaman emosional yang positif dan menumbuhkan rasa puas.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan bukan hanya pelengkap dari sistem mobile banking, tetapi merupakan pilar utama dalam membangun pengalaman pengguna yang holistik dan memuaskan. Kualitas yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan nasabah muda sangat menentukan keberhasilan layanan digital perbankan di masa kini. Bank yang mampu menyeimbangkan teknologi dengan pelayanan yang responsif dan empatik akan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan kepercayaan dan loyalitas jangka panjang dari generasi muda, termasuk di lingkungan pesantren.

3. Pengaruh Mobile Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah.

Hasil uji analisis regresi simultan menggunakan ANOVA menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 356,201, yang jauh lebih besar dibandingkan dengan F tabel sebesar 3,993, serta nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari ambang batas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara simultan memiliki kontribusi yang bermakna dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel kepuasan nasabah Gen Z di Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya.

Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemudahan dan fitur teknologi mobile banking serta kualitas layanan yang dirasakan nasabah membentuk satu kesatuan pengalaman yang menentukan tingkat kepuasan secara keseluruhan (Addae et al., 2025). Dalam konteks ini, Mobile Banking menyediakan aksesibilitas, kecepatan, dan efisiensi, sedangkan Kualitas Pelayanan memberikan jaminan kenyamanan, keamanan, dan perhatian terhadap kebutuhan nasabah (Yu & Nuangjamnong, 2022). Generasi Z yang terbiasa hidup dalam ekosistem digital tidak hanya menuntut kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga ingin merasa dihargai dan dipahami oleh penyedia layanan.

Keterkaitan antara kedua variabel tersebut menjadi sangat penting karena dalam praktiknya, teknologi dan pelayanan tidak dapat dipisahkan. Aplikasi mobile banking yang canggih tetapi tidak didukung oleh pelayanan yang baik—misalnya, lambatnya tanggapan terhadap keluhan atau

masalah keamanan data—akan berdampak negatif terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, pelayanan yang cepat dan ramah pun tidak akan cukup apabila aplikasi yang digunakan sering error, sulit dinavigasi, atau tidak menyediakan fitur yang memadai. Oleh karena itu, pendekatan terpadu antara inovasi teknologi dan strategi pelayanan menjadi kunci dalam membangun loyalitas pengguna, khususnya di kalangan santri Gen Z yang menjadi sasaran penelitian ini (Alzoubi, 2022).

Lebih lanjut, hasil ini juga memperkuat teori dari (Armstrong & Kotler, 2023) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada satu aspek layanan, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai elemen yang saling mendukung. Dalam penelitian ini, kombinasi antara persepsi positif terhadap mobile banking dan persepsi tinggi terhadap kualitas pelayanan secara simultan mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan. Hal ini menandakan bahwa kedua aspek tersebut tidak hanya berdiri sendiri, tetapi saling memperkuat dalam membentuk pengalaman pengguna yang utuh dan memuaskan.

Di lingkungan Pondok Pesantren Idrisiyyah, integrasi teknologi perbankan dalam kehidupan santri menjadi semakin penting. Dengan meningkatnya kebutuhan akan transaksi digital, baik untuk keperluan pribadi maupun kelembagaan, mobile banking yang responsif dan layanan pelanggan yang mendukung menjadi sangat relevan. Apalagi, lingkungan pesantren yang mulai terbuka terhadap penggunaan teknologi modern memerlukan dukungan dari sistem perbankan yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta ritme kehidupan pesantren yang unik.

Kesimpulan dari hasil ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola bank dan lembaga keuangan digital, terutama yang ingin menyasar

segmen Gen Z dalam lingkungan religius seperti pesantren. Strategi pengembangan layanan sebaiknya tidak hanya difokuskan pada pembaruan teknologi aplikasi, tetapi juga harus mencakup peningkatan kualitas layanan, termasuk pelatihan petugas layanan pelanggan, peningkatan sistem keamanan, serta penyediaan fitur-fitur yang relevan dan mudah dipahami oleh pengguna muda.

Dengan demikian, temuan ini tidak hanya menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara statistik, tetapi juga memberikan gambaran menyeluruh bahwa kualitas pelayanan dan teknologi mobile banking merupakan dua pilar utama dalam membentuk kepuasan nasabah digital masa kini. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah, terutama dari kalangan Gen Z, lembaga perbankan harus mampu mengelola kedua faktor ini secara bersamaan dan seimbang.

PENUTUP

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting yang dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan layanan perbankan digital, khususnya dalam konteks Pondok Pesantren Idrisiyyah Tasikmalaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa mobile banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z. Ini berarti bahwa semakin baik persepsi mereka terhadap fitur, kemudahan penggunaan, dan keamanan dari aplikasi mobile banking, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Selain itu, kualitas pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi seperti kecepatan respon, keandalan layanan, jaminan keamanan, dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah secara nyata membentuk pengalaman positif yang mendukung kepuasan. Kedua variabel tersebut, ketika diuji secara simultan, memberikan pengaruh yang kuat dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah, menunjukkan bahwa pendekatan pelayanan yang mengintegrasikan teknologi dan kualitas interaksi menjadi kunci penting dalam membangun loyalitas pengguna.

Berdasarkan hasil tersebut, ada beberapa rekomendasi yang bisa ditujukan kepada praktisi dan akademisi. Bagi praktisi perbankan, hasil ini menggarisbawahi pentingnya pengembangan layanan mobile banking yang tidak hanya fungsional, tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan serta gaya hidup digital generasi muda. Inovasi dalam desain aplikasi, penambahan fitur yang relevan, dan peningkatan sistem keamanan perlu dilakukan secara berkelanjutan. Tidak kalah penting adalah penguatan kualitas layanan, termasuk pelatihan staf dalam menghadapi nasabah secara lebih responsif dan personal. Kombinasi antara kemajuan teknologi dan pelayanan yang humanis akan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Sementara itu, bagi akademisi, penelitian ini membuka ruang untuk eksplorasi lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel seperti kepercayaan pelanggan, harga layanan, atau faktor-faktor psikologis yang dapat memperkaya model dan memperluas pemahaman terhadap perilaku nasabah dalam konteks perbankan digital. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk dilakukan pada populasi dan institusi yang berbeda agar hasilnya dapat diuji keumumannya dan menjadi lebih representatif.

Perlu disadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan, khususnya pada ruang lingkup yang hanya mencakup nasabah Gen Z di lingkungan Pondok Pesantren Idrisiyyah. Dengan demikian, temuan yang dihasilkan belum dapat digeneralisasikan sepenuhnya ke kelompok pengguna yang lebih luas atau institusi keuangan lainnya. Oleh karena itu, untuk

mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh, studi lanjutan dengan populasi yang lebih beragam sangat diperlukan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking dan kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, lembaga perbankan perlu memperkuat sinergi antara teknologi dan budaya pelayanan yang adaptif agar dapat menciptakan pengalaman nasabah yang tidak hanya memuaskan, tetapi juga berkesan dan berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Addae, J. A., Boakye, K. G., Ampong, G. O. A., Anyigba, H., Majeed, M., Abubakari, A., & Ofori, K. S. (2025). The interplay between multichannel integration quality, service convenience, service experience, multichannel perceived value and e-WoM. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 42(4), 1110–1131.
- Ahn, M. J., & Chen, Y.-C. (2020). Artificial intelligence in government: potentials, challenges, and the future. *Proceedings of the 21st Annual International Conference on Digital Government Research*, 243–252.
- Alzoubi, H. M. (2022). Does BLE technology contribute towards improving marketing strategies, customers' satisfaction and loyalty? The role of open innovation. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 449–460.
- Armstrong, G. M., & Kotler, P. (2023). *Marketing: An introduction* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Berry, M. V. (1981). Regularity and chaos in classical mechanics, illustrated by three deformations of a circular 'billiard'. *European Journal of Physics*, 2(2), 91.

- Hakizimana, S., Wairimu, M.-M. C., & Stephen, M. (2023). Digital banking transformation and performance-where do we stand? *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 13(1).
- Harris, I., Rini, E. S., & Sembiring, B. K. F. (2022). The Influence of financial technology and quality of service on satisfaction and loyalty on employees of bank CIMB Niaga Bukit Barisan Branch on Grab App Users. *International Journal of Research & Review*, 6(2), 65–77.
- Ionascu, A. E., & Barbu, C. A. (2023). Digital transformation in the banking sector: A pre-and post-Covid-19 analysis. *Management Research and Practice*, 15(3), 55–69.
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2021). SERVQUAL method as an “old new” tool for improving the quality of medical services: A literature review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(20), 10758.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Mahendra, R. O., Ruziah, R., & Dani, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT Icon Plus Kabupaten Lebak Provinsi Banten). *BISNISIA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(01), 11–20.
- Makarov, I., Chen, H., & Paltsev, S. (2020). Impacts of climate change policies worldwide on the Russian economy. *Climate Policy*, 20(10), 1242–1256.
- Mardhiyah, K. A., & Astuti, S. R. T. (2021). Pengaruh Brand Experience Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal Of Management*, 10(4).
- Munira, M. S. K. (2025). Digital transformation in banking: A systematic review of trends, technologies, and challenges. *TECHNOLOGIES, AND CHALLENGES* (January 27, 2025).
- Nanjundeswaraswamy, T. S., & Divakar, S. (2021). Determination of Sample Size and Sampling Methods in Applied Research. *Proceedings on Engineering Sciences*, 3(1), 25–32. <https://doi.org/10.24874/pes03.01.003>
- Nisaâ, K., Agustin, S., Priyono, A. A., & Sholehuddin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Toekuperabot Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Olivia, C., & Nasution, N. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Sekolah Dan Program Ekstrakurikuler Terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Smp Negeri 1 Pekanbaru. *BASELINE: JURNAL MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN*, 2(1), 138–146.
- Palupi, R., Nurdiansyah, F., Aini, M., Aziza, L., Asmarani, S., & Nugraha, J. (2025). Analisis Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa: Studi Pada Mal Pelayanan Publik Kota Magelang. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(1), 13.
- Priyono, M. S., & Adiprasetyo, W. (2025). Strategi Manajemen dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan di RSUD Waras Wiris Boyolali. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(03 Juni), 3734–3742.
- Priyono, P., Muslim, I. F., & Widiyanto, S.

- (2022). Pemahaman Bacaan Siswa SMP Alikhlas Melalui Literasi Baca dan Tulis. *Jurnal Ilmiah Wahana ...*, 8(13), 494-498.
- Putranto, D., Togubu, R. Y., Sopyan, A., Gayatri, A., Setyawati, B. D., & Banundoyo, A. (2024). Strategi Waitress dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Ciputra Jakarta: Pendekatan Kualitatif Deskriptif. *Jurnal Lemondial Business School*, 10(2).
- Qatawneh, A. M., & Makhlouf, M. H. (2025). Influence of smart mobile banking services on senior banks' clients intention to use: moderating role of digital accounting. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(3/4), 1028-1044.
- Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Sukenti, Desi, et al. "Developing Indonesian Language Learning Assessments: Strengthening the Personal Competence and Islamic Psychosocial of Teachers." *International Journal of Evaluation and Research in Education*, vol. 9, no. 4, 2020, <https://doi.org/10.11591/ijere.v9i4.20677>.
- Tambak, Syahraini, et al. "SHAPING ISLAMIC HIGHER EDUCATION IN RIAU'S MALAY CONTEXT IN THE THOUGHT OF HAJI ZAINI KUNIN." *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 49.1 (2025): 1-21. <http://dx.doi.org/10.30821/miqot.v49i1.1336>
- Tambak, Syahraini, and Desi Sukenti. "Islamic professional madrasah teachers and motivation for continuous development: a phenomenological approach." *Journal of Education and Learning (EduLearn)* 19.1 (2025): 81-90. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v19i1.21301>
- Tambak, Syahraini, et al. "Continuous professional development for madrasah teacher professionalism: engaging motivation for engagement." *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)* 14.4 (2025): 3171-3182. [10.11591/ijere.v14i4.33501](https://doi.org/10.11591/ijere.v14i4.33501)
- Tambak, Syahraini, Desi Sukenti, and Firdaus Firdaus. "Indigenous knowledge of Malay culture and Islamic professional madrasah teachers: a phenomenological investigation." *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)* 13.6 (2024): 4296-4306.
- Tambak, Syahraini, et al. "Discussion method accuracy in Islamic higher education: the influence of gender and teaching duration." *Cakrawala Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 41.2 (2022): 507-520.
- Tambak, Syahraini. "The method of counteracting radicalism in schools: Tracing the role of Islamic religious education teachers in learning." *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 45.1 (2021): 104-126.
- Tambak, Syahraini. "The method of counteracting radicalism in schools: Tracing the role of Islamic religious education teachers in learning." *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 45.1 (2021): 104-126. <http://dx.doi.org/10.30821/miqot.v45i1.761>
- Tambak, Syahraini, and Desi Sukenti. "Student involvement within islamic teacher education: for a future profession." *Qijis (Qudus International Journal of Islamic Studies)*. 11.2 (2023): 317-352.
- Tambak, Syahraini, et al. "Problem-based learning methods: Is it effective for

- developing madrasah teacher social competence in teaching?" *Journal of Education and Learning (EduLearn)* 17.3 (2023): 342-353.
- Tambak, Syahraini, and Desi Sukenti. "Strengthening Islamic Behavior and Islamic Psychosocial in Developing Professional Madrasah Teachers." *Cakrawala Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 39.1 (2020): 145-176.
- Tambak, Syahraini, et al. "Professional Madrasah Teachers in Teaching: The Influence of Gender and the Length of Certification of Madrasah Teachers." *Dinamika Ilmu* 21.2 (2021): 417-435.
- Tambak, Syahraini, Amril Amril, and Desi Sukenti. "Islamic Teacher Development: Constructing Islamic Professional Teachers Based On The Khalifah Concept." *Nazhuna: Jurnal Pendidikan Islam* 4.1 (2021): 117-135.
- Tran, P. T. T., Le, T. T. H., & Hang, N. P. T. (2023). Digital transformation of the banking industry in developing countries. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(5), 8.
- Yu, J., & Nuangjamnong, C. (2022). The impact of mobile banking service on customer satisfaction: A case study of commercial banks in China. *United International Journal for Research & Technology*, 3(10), 43-64.
- Zaman, S. N. (2024). Survey Deloitte: Kekhawatiran Gen Z Dalam Hidup. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(1), 54-62. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i1.658>