



PENGARUH PENGGUNAAN BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BSI CABANG JENGGOLO

Dinda Ayu Agustina¹ & Diah Krisnaningsih²

^{1&2}*Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*
Email : dindaagustina451@gmail.com, diah.krisnaningsih@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu bidang kehidupan yang sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi adalah sektor perbankan. Memanfaatkan kemajuan teknologi, bank meningkatkan layanan dengan membedakan diri dari saingan mereka dalam hal layanan dan faktor produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik fungsi aplikasi *BSI Mobile* dari segi fitur, layanan, dan kepuasan nasabah. Permasalahan yang terjadi karena adanya keluhan dari nasabah tentang jaringan yang dianggap kurang *user friendly* terkadang terjadi *error*. Masalah tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan model yang terdiri dari kualitas layanan, kualitas fitur, dan kualitas kepuasan nasabah. Data yang akan diteliti seluruh nasabah pengguna *BSI Mobile*. Program SPSS digunakan untuk penanganan data dalam penelitian ini. Dengan 100 responden dari cabang Jenggolo sebagai sampel, regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis utama dalam penelitian kuantitatif ini. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa kepuasan nasabah pada *BSI Mobile* cabang Jenggolo sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan fitur produk perusahaan dengan nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci : *BSI Mobile*, Kualitas Pelayanan, Fitur Produk, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

One area of life that has been greatly affected by technological advances is the banking sector. Taking advantage of technological advances, banks are improving services by differentiating themselves from their rivals in terms of service and product factors. The purpose of this research is to find out how well the BSI Mobile application functions in terms of features, service and customer satisfaction. Problems that occur due to complaints from customers about networks that are considered less user friendly sometimes errors occur. These problems are then analyzed using a model consisting of service quality, feature quality, and customer satisfaction quality. Data that will be examined by all customers who use BSI Mobile. The SPSS program is used for data handling in this study. With 100 respondents from the Jenggolo branch as a sample, multiple linear regression was used as the main analytical method in this quantitative study. Based on the results of data analysis it is known that customer satisfaction at the Jenggolo branch of BSI Mobile is strongly influenced by service quality and the company's product features with a significance value of 0.000.

Keywords : *BSI Mobile*, Service Quality, Product Features, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Menurut Pasal 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2018 yang mengatur tentang bank syariah, bank yang melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip syariah dikenal sebagai Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Untuk memastikan kebahagiaan nasabah, sektor perbankan menawarkan kemampuan layanan *mobile banking*. Manusia dan transaksi tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Kedua belah pihak harus bertemu secara fisik untuk menyelesaikan transaksi yang membutuhkan alat pembayaran berupa uang tunai. Namun kenyataan hari ini berbeda dengan masa lalu. Bank saat ini menawarkan berbagai layanan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Segala macam transaksi kini dapat diselesaikan dengan menggunakan *BSI Mobile* tanpa kontak fisik secara langsung berkat kecanggihan teknologi saat ini. Kemudahan transaksi seluler telah menanamkan kehidupan baru ke dalam industri perbankan saat ini yang telah bertepatan dengan meningkatnya permintaan proses yang mudah diakses. (Imamah & Safira, 2021) Karena itu, industri perbankan mulai menyusun rencana untuk membuat dan meluncurkan jaringan layanan kepada nasabah dalam bentuk layanan *BSI Mobile*. Bank meluncurkan *BSI Mobile* sebuah media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya. Nasabah kini memiliki pilihan untuk melakukan transaksi perbankan menggunakan perangkat layanan *BSI Mobile* agar lebih mudah digunakan, teknologi maupun komunikasi dan memiliki akses 24 jam ke *mobile banking*.

Di era kemajuan teknologi yang sangat pesat ini, ponsel memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat. Karena perangkat ini memiliki akses internet, masyarakat dapat dengan mudah mengakses aktivitas terkait perbankan melalui layanan *BSI Mobile* yang memungkinkan pengguna mentransfer uang antar rekening dan mendapatkan informasi

ketersediaan fitur. Menurut Achmad Syafii, direktur TI dan operasi digital Mandiri Syariah, hingga Mei 2020 pengguna layanan digitalnya mencapai 1,2 juta dengan total transaksi 16,4 triliun. Pada tahun 2021, akan ada 623 ribu pengguna aktif dan 14,65 juta transaksi di *BSI Mobile*. Lebih dari 1 juta orang dilaporkan mengunduh aplikasi Mandiri Syariah *Mobile* (MSM) dari *PlayStore*, yang kemudian diubah menjadi *BSI Mobile* dengan penggabungan Bank Syariah. Nasabah telah mengharapkan peningkatan *mobile banking*, layanan berkualitas tinggi, dan fitur pendukung karena penggabungan tiga bank milik negara dan tersedianya kemampuan tersebut untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi (Pranatha, 2021).

Menurut Presiden Direktur BSI Hery Gunardi, *BSI Mobile* adalah aplikasi super yang menawarkan aktivitas nasabah yang terhubung dengan kehidupan sehari-hari mereka selain layanan perbankan dan transaksi keuangan. Fitur pembukaan rekening *online*, kemudahan bertransaksi bagi nasabah melalui fitur transfer, belanja *online*, transaksi QRIS, isi pulsa, pembelian token listrik, isi ulang *e-wallet*, dan pembayaran sekolah hanyalah beberapa solusi yang ditawarkan oleh *BSI Mobile* untuk membuat segalanya lebih mudah bagi pelanggan. Selain itu, *BSI Mobile* menawarkan program Tabungan E-Mas BSI dan gadai emas *online*. Untuk membantu nasabah mengelola keuangannya, *BSI Mobile* juga menawarkan opsi pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF). Oleh karena itu, diharapkan *BSI Mobile* juga menjadi teman sosial yang mempermudah berbagi dengan sesama dan teman spiritual yang mendorong untuk bertumbuh secara spiritual (Suhayati et al, 2022).

Di Indonesia, barang dan jasa berbasis syariah telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pemerintah mengklaim bahwa ini adalah titik balik yang signifikan dalam konversi Indonesia ke ekonomi Islam. Pemerintah telah memutuskan untuk menggabungkan

tiga bank syariah milik negara yang cukup besar, PT. Bank Syariah Mandiri Tbk, PT. Bank BNI Syariah Tbk, dan PT. Bank BRI Syariah Tbk, menjadi sebuah organisasi baru yang dikenal sebagai Bank Syariah Indonesia atau BSI, sebagai hasilnya. dari potensi yang menggembirakan ini. Presiden Joko Widodo secara resmi mengumumkan penggabungan tiga bank syariah milik Negara pada 1 Februari 2021, menggaris bawahi komitmen teguh pemerintah untuk memajukan layanan berbasis syariah yang dapat bertahan dalam situasi ekonomi Indonesia yang masih rapuh. Wajah syariah di Indonesia yang tercermin di BSI adalah yang kekinian, serba bisa, dan tentunya bermanfaat bagi seluruh masyarakat.

Peran *financial technology* dalam perbankan syariah ialah untuk memperluas sektor keuangan syariah memungkinkan pertumbuhan pasar untuk layanan *BSI Mobile* dalam bentuk produk baru yang kompatibel dengan ponsel dari bank syariah. Di era kemajuan teknologi yang pesat ini, pengguna telepon seluler mempermudah transaksi. Selain itu, perangkat ini memiliki konektivitas internet sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses aktivitas terkait perbankan melalui layanan *BSI Mobile*, yang memungkinkan pengguna untuk memindahkan uang antar rekening dan mendapatkan informasi tentang fitur yang tersedia. Karena kendala interaksi langsung yang membuat konsumen lebih memilih menggunakan produk digitalisasi transaksi menjadi lebih signifikan, terutama di tengah pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung. (Hernandez dan David, 2022).

Kepuasan nasabah menurut Kasmir merupakan hasil dari sebelum membeli produk atau layanan, sentimen dan harapan seseorang. Dengan kata lain, nasabah menerima kinerja yang telah mereka antisipasi. Tingkat kepuasan nasabah ditentukan oleh harapan dan kenyataan ini, yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan bank untuk meningkatkan keuntungan dan membuat pelanggan senang. Harapan nasabah dan apa yang mereka terima dapat dibandingkan untuk menilai tingkat

kepuasan mereka. Nasabah senang jika hasilnya melebihi harapan mereka. Nasabah juga akan menjadi tidak puas jika jauh dari harapan, oleh karena itu setiap bisnis harus memperhatikan dan meningkatkan kepuasan nasabah untuk meningkatkan loyalitas dan volume nasabah (Suhayati et al, 2022).

Salah satu keunggulan *BSI mobile* adalah tersedianya aplikasi *BSI Mobile* yang memungkinkan nasabah untuk dengan mudah melakukan tugas perbankan yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, termasuk memeriksa saldo, mentransfer uang antar bank, melakukan pembelian dan pembayaran, dan tugas-tugas lainnya. Sejak pertama kali dirilis, aplikasi *BSI mobile* masih memiliki banyak kekurangan. Namun, *BSI mobile* idealnya harus memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dan memperoleh informasi menggunakan aplikasi *BSI mobile*, dan pengguna *BSI mobile* harus yakin akan perlindungan dan keamanan informasi pribadi (Fransiska, 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi *BSI Mobile*

BSI mobile secara umum adalah rekening nasabah dapat diakses oleh bank melalui saluran distribusi menggunakan *General Package Radio Service (GPRS)* atau telepon seluler dengan menggunakan *handphone*. *BSI mobile* diartikan sebagai layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi keuangan dengan lebih mudah tanpa harus datang ke bank secara fisik. Dalam istilah lain, *BSI Mobile* mengacu pada distribusi bank yang memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening dari mana saja dengan menggunakan telepon seluler. Salah satu keunggulan *BSI Mobile* adalah nasabah dapat melakukan transaksi perbankan yang cepat dan mudah diakses, di mana saja dan kapan saja, seperti cek saldo, melakukan pembelian atau pembayaran, dan aktivitas lainnya, menggunakan Aplikasi *BSI Mobile* (Amelia, 2021).

Selain itu, layanan *BSI Mobile* juga dapat membantu menghemat biaya transaksi

di dalam bank, memungkinkan penyelesaian semua transaksi dengan cepat, akurat, dan efektif. Aplikasi *BSI Mobile* memiliki berbagai kekurangan sejak pertama kali dirilis. Namun, di dunia yang ideal, *BSI Mobile* akan memudahkan pengguna untuk menyelesaikan transaksi dan memperoleh informasi melalui aplikasi *mobile banking* selain privasi dan keamanan data. Nasabah yang menggunakan *mobile banking* harus diberikan jaminan keamanan.

1. Fungsi *BSI Mobile* yaitu :

- a) Untuk meninjau saldo rekening dan riwayat transaksi.
- b) Membayar transaksi keuangan antar pribadi.
- c) Perusahaan yang memberikan petunjuk arah ke ATM atau kantor cabang bank terdekat.
- d) Melaporkan serta meringkas kegiatan finansial berdasarkan yang diminta debitur.
- e) Memberikan informasi tentang bagaimana transaksi keuangan digunakan.
- f) Pembayaran tagihan elektronik untuk layanan termasuk listrik, paket internet, TV kabel, dan pengeluaran lainnya.

2. Kelebihan dan Kekurangan *BSI Mobile* :

- a) Menggunakan beberapa kemampuan finansial *BSI Mobile*, seperti transaksi terjadwal, manajemen kartu, dan fitur menarik lainnya.
- b) Layanan Islami yang memudahkan untuk beribadah, seperti lokasi masjid, waktu sholat, dan arah kiblat.
- c) Sebuah fitur dari layanan *zawaf-sharing BSI Mobile* memudahkan anda untuk berbagi dengan orang-orang terdekat.
- d) Proses transaksi yang terhenti

Ketika ada koneksi internet yang buruk, dan akan “*error*” karena batas waktu telah berlalu. (Setiawan, 2016)

Tujuan bank dalam menawarkan layanan *BSI Mobile* adalah untuk memuaskan nasabah. Nasabah akan merasakan kepuasan sebagai reaksi emosional ketika mereka menikmati menggunakan produk atau layanan. Nasabah yang puas akan cenderung menggunakan produk atau jasa tersebut lagi. Di sisi lain, jika nasabah mungkin tidak ingin menggunakannya lagi jika mereka tidak puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Kebahagiaan nasabah dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk pertimbangan situasional, kualitas produk, harga, dan kualitas layanan.

Fitur Layanan *BSI Mobile*

Fitur produk harus menarik nasabah dan membedakan produk dari pesaing karena memiliki dampak besar pada persepsi pembelian nasabah. Komponen yang membentuk kualitas produk adalah komponen yang sangat dihargai dan diandalkan oleh nasabah ketika memutuskan apakah akan menggunakan atau membeli suatu produk. Perusahaan dapat meningkatkan kemampuan fitur dengan memasukkan lebih banyak elemen. Fitur itu sendiri berfungsi sebagai alat kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Secara berkala, bisnis dapat melakukan *polling* kepada nasabah yang telah menggunakan temuan sebagai faktor penting untuk mengembangkan fitur karakteristik produk adalah aspek berbeda dari suatu produk yang menawarkan keuntungan bagi nasabah. Penerimaan nasabah terhadap fitur teknologi berkorelasi langsung dengan kepercayaan nasabah (Pranatha, 2021).

Fitur-fitur layanan yang tersedia :

1. Informasi Rekening yang bertujuan untuk melihat setiap informasi transaksi tabungan *wadiah* dan *mudharabah* di *BSI Mobile*.

2. Daftar Mutasi yang bertujuan untuk mengetahui secara spesifik uang yang masuk atau keluar dari rekening, termasuk tanggal dan jumlah yang terlibat.
3. Transfer, yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam mengirim uang ke rekening BSI ataupun rekening bank lainnya tanpa harus jauh-jauh pergi ke ATM.
4. Pembiayaan, yang bertujuan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. PLN,Shopee, Tokopedia, air PDAM, dan biaya haji dan umroh adalah beberapa contohnya.
5. Pembelian, yang bertujuan untuk menawarkan transaksi pembelian sederhana untuk berbagai kebutuhan seperti token listrik atau pulsa.
6. QRIS, yang bertujuan untuk melakukan pemindaian QR yang tersedia berbagai transaksi.
7. E-mas yang bertujuan untuk memudahkan investasi emas, nasabah juga bisa membeli emas secara elektronik dengan fitur E-mas dari BSI dengan hitungan rupiah atau gram.
8. Tarik tunai bertujuan untuk memudahkan nasabah yang mengambil uang tunai dari rekening BSI tanpa menggunakan kartu debit BSI, tetapi dapat mengambil antara Rp. 50.000 dan Rp. 500.000 setiap hari.
9. Al-Quran, sebagai Muslim adalah kewajiban untuk selalu mengikuti tuntunan dalam Al-Quran dan mengambil hikmahnya agar hidup lebih berkah.
10. ATM Cabang, didalam fitur ini, lokasi ATM dan kantor cabang bisa ditemukan dengan mudah berdasarkan lokasi berada saat itu.
11. Kotak masuk yang bertujuan untuk memudahkan semua dokumentasi transaksi perbankan yang akan disimpan dalam kotak masuk ini, selain itu juga dapat melihat notifikasi

mengenai berbagai program yang ditawarkan oleh *BSI Mobile*.

12. Aktivasi, bagi nasabah yang baru *mendownload* aplikasi *BSI Mobile* bisa melakukan aktivasi dengan memasukkan nomor HP yang terdaftar dan nomor aktivasi yang dikirim melalui SMS.

Indikator Fitur Layanan

Dimensi pada fitur produk, selain fungsi utamanya, produk juga dapat mencakup karakteristik atau atribut lain. Nasabah dapat memutuskan untuk menggunakan fitur ini, yang dapat meningkatkan kualitas fitur dibandingkan dengan pesaing. Indikator untuk mengevaluasi fitur-fitur tersebut di atas adalah sebagai berikut :

1. Konsumen harus memiliki akses yang mudah ke informasi tentang barang atau jasa, dan harus merasa mudah untuk menggunakan fitur apapun.
2. Ragam layanan transaksi layanan yang ditawarkan bervariasi dalam hal bagaimana mereka melakukan transaksi konsumen.
3. Keanekaragaman fitur untuk membantu dan menginformasikan konsumen, bank harus dapat menawarkan layanan fitur.
4. Inovasi produk dan fitur baru menarik nasabah untuk *BSI Mobile*.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tujuan yang ditetapkan bagi siapa saja yang membeli barang atau menggunakan layanan dengan maksud agar nasabah mencapainya. Realitas dan harapan ini bergabung untuk membentuk kepuasan nasabah. Penilaian nasabah atau konsumen terhadap karakteristik atau fitur barang atau jasa disebut kepuasan dan diukur dengan seberapa baik tuntutan nasabah terpenuhi. Reaksi nasabah terhadap seberapa baik kinerja suatu produk dan memenuhi harapan mereka dikenal sebagai kepuasan. Selain itu, kepuasan pelanggan mengacu pada sikap seseorang tentang barang atau jasa setelah mereka membeli atau menggunakannya

(Nasution dan Habra, 2022). Bahwa kepuasan nasabah berupa emosi mereka atas kinerja suatu produk dan harapan mereka. Kesan keseluruhan seseorang terhadap suatu produk dan jasa setelah membeli atau menggunakannya disebut sebagai kepuasan nasabah. (Fitria et al, 2021)

Kepuasan nasabah ialah aspek penting dari sektor perbankan, akan peningkatan pendapatan bank dengan meningkatkan tingkat layanan. Adapun indikator kepuasan nasabah antara lain :

1. Nasabah yang senang dengan produk atau layanan bank dikatakan loyal kepada lembaga tersebut, dan sangat kecil kemungkinannya untuk berpindah lembaga keuangan.
2. Nasabah akan merespon pembelian ulang produk atau penggunaan layanan berulang karena mereka puas dengan produk atau layanan yang mereka terima.
3. Nasabah akan tertarik dan memanfaatkan produk lain dari bank secara luas jika mereka membeli barang tambahan dari bank yang sama.
4. Sebagai konsekuensi dari layanan yang mereka terima dan kebahagiaan instan yang mereka telah dapatkan dari barang maupun jasa yang diberikan apabila bank secara langsung menawarkan insentif kepada nasabah, nasabah tersebut akan mempromosikan barang atau jasa bank kepada orang lain. (Andrayani dan Solekah, 2021).

Kualitas Layanan BSI Mobile

Di perusahaan, kualitas layanan sangat penting karena menurunkan resiko sekaligus menjaga kebahagiaan dan loyalitas nasabah. Penerapan kualitas mengacu pada sifat dan penampilan produk atau fungsionalitas komponen kunci dari rencana bisnis, definisi kualitas layanan sebagai penilaian komprehensif kualitas layanan yang baik untuk mencapai keunggulan yang berkelanjutan.

Keseluruhan dan fitur barang atau jasa kualitas layanan adalah definisi ini terutama difokuskan pada nasabah dan berubah menjadi harapan kepuasan nasabah, cukup jelas bahwa pihak bank telah menawarkan konsistensi besar dalam barang atau jasa yang memenuhi harapan nasabah. Ketika sebuah perusahaan menyediakan layanan yang telah memenuhi tuntutan nasabah. Nasabah dapat secara langsung mengalami layanan, dan tindakan menyediakannya berusaha membuat mereka merasa nyaman dan puas. Layanan elektronik ditawarkan secara *online*, menjadikannya jenis layanan non-komersial yang biasanya ditawarkan oleh pemerintah (Maika & Latifah, 2017).

Fungsi layanan di dunia maya dapat digambarkan sebagai layanan elektronik itu sendiri. Untuk penelitian layanan elektronik, ada dua pendekatan mendasar. Sementara yang terakhir mewakili generasi baru dari layanan berbasis teknologi yang disebarkan secara bebas, yang pertama berfokus pada antarmuka teknologi. Memiliki layanan elektronik berkualitas tinggi adalah salah satu pendekatan untuk memanfaatkan sepenuhnya internet dan kemajuan teknologi. Menurut Parasuraman & Grewal (2000), beberapa proyeksi aplikasi layanan online antara lain fleksibilitas, kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan (Pranatha, 2021).

Indikator Kualitas Layanan BSI Mobile

Penelitian ini membandingkan teori yang menganalisis dimensi atau indikator layanan berbasis elektronik yang berpendapat bahwa perusahaan lebih fokus pada kualitas layanan. Model SERVQUAL yang meliputi kualitas berwujud, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan, dapat digunakan untuk mengembangkan dimensi kualitas layanan, menurut definisi kualitas layanan adalah keseluruhan kinerja perusahaan atau jasa tertentu sesuai dengan harapan nasabah (Ismail & Purwani, 2021).

Terdapat lima faktor yang berkontribusi terhadap kualitas layanan yaitu: pelayanan awal, fasilitas pelayanan, layanan bantuan, layanan pelengkap dan

penggunaan teknologi. Untuk mendapatkan layanan BSI mencantumkan enam faktor kualitas layanan *BSI Mobile*, antara lain:

1. Kapasitas bank untuk merancang atau mengembangkan aplikasi yang mudah digunakan dan mudah digunakan.
2. Pemenuhan janji (*fulfillment*), yang mengacu pada kesiapan bank untuk menyampaikan informasi dan untuk menghormati komunikasi yang dijanjikan nasabah. (Wardani, 2021)
3. Kesiapan operasional sistem adalah keadaan di mana bank mampu mengembangkan peran sistem pada aplikasi *BSI Mobile*.
4. Kapasitas bank untuk memberikan keamanan data kemudian menumbuhkan kepercayaan kepada nasabahnya, serta memberikan mereka rasa perlindungan, bebas risiko, dan kepercayaan yang muncul. (Hernandez dan David, 2022)
5. Keyakinan, khususnya pada kemampuan bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif melalui pendekatan deskriptif. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dan teknik penelitian kuantitatif lainnya adalah contoh metodologi penelitian kuantitatif. Sesuai dengan apa yang terjadi, penelitian kuantitatif yang menggunakan gaya deskriptif berusaha menggambarkan dan merangkum berbagai kondisi, situasi, atau variabel yang muncul di masyarakat yang menjadi subjek penelitian. Pendekatan ini melibatkan beberapa langkah, termasuk penyebaran kuesioner ke berbagai sampel penelitian (semua nasabah BSI), pengumpulan data, analisis data, dan penyajian temuan sebagai tesis. Penelitian ini akan dilaksanakan di BSI KC Jenggolo-Sidoarjo, Jl. Jenggolo, Ruko Sentral Jenggolo No.09 Pucang, Kec.Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan layanan *BSI Mobile* pada Bank Syariah Indonesia di Cabang Jenggolo. Jumlah total nasabah di BSI cabang Jenggolo ada 1200 orang. Jumlah sampel yang akan diambil menggunakan rumus solvin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%. Berdasarkan rumus tersebut maka peneliti harus mengambil data dari sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode Pengambilan Data

1. Teknik Observasi

Teknik Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian mendalam dengan melihat secara langsung bagaimana penggunaan *BSI Mobile* mempengaruhi kepuasan nasabah di BSI Cabang Jenggolo.

2. Teknik Kuesioner

Nasabah yang menjadi responden dalam kuesioner diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk diselesaikan. Kuesioner ini berisi pernyataan atau pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada layanan perbankan BSI cabang Jenggolo beserta kemungkinan tanggapannya. Para penulis datang dengan beberapa pertanyaan kuesioner, sementara yang lain diambil dari penelitian sebelumnya.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1) Teknik Pemrosesan Data

Aplikasi SPSS versi 19 dan *Microsoft Excel* digunakan untuk mengelola data yang dikumpulkan dan menganalisis hasilnya. Menjumlahkan semua skor dari hasil kuesioner sambil memodifikasi batas skor adalah langkah terakhir dalam menangani data yang dipelajari.

2) Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode untuk analisis inferensi statistik. Analisis menggunakan statistik inferensial dilakukan berdasarkan data dari sampel penelitian dan populasi perlakuan. Kita dapat menggunakan teknik analisis pengaruh untuk memeriksa perubahan yang terlihat pada sampel (regresi). Analisis regresi merupakan teknik yang berusaha memberikan jawaban atas rumusan masalah. Namun sebelum meneliti langkah yang harus dilakukan adalah :

- a) Uji Normalitas
- b) Uji Validitas

c) Uji Reliabilitas

d) Uji Regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan aplikasi IBM SPSS 23 dengan metode korelasi Pearson dimana antara skor tiap pernyataan tersebut dikorelasikan dengan skor dari total pernyataan. Setelah itu jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif, maka item soal kuesioner tersebut valid. Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka item soal kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 1. Output SPSS Validitas

		TX1	TX2	TY
TX1	Pearson Correlation	1	.675**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
TX2	Pearson Correlation	.675**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
TY	Pearson Correlation	.667**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Sumber : Data Olahan (2023)

Tabel 2. Output SPSS Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	23

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari tabel hasil uji validitas kuesioner diatas, maka dinyatakan pernyataan tersebut semuanya valid, karena setiap diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk

berhubungan atau korelasi dengan total 0,000 > 0,05 dan *Pearson Correlation* bernilai positif ialah sebesar 0,675. Rangkuman uji reliabilitas kuesioner diatas,

menunjukkan *output cronbach's alpha* yaitu 0,908, dimana hasilnya lebih dari 0,6 yang berarti item-item dari pernyataan tersebut sangat baik atau reliabilitas kuat.

Uji Autokorelasi

Tabel 3. Output Perhitungan Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.507	.497	1.607	1.958

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel 3, diketahui untuk nilai hitung dw yang dihasilkan sebesar 1,958. Untuk nilai du yang diperoleh berdasarkan tabel dw dengan 2 variabel independen adalah 1,714. Maka dari hasil diatas tidak terdapat masalah autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Tingkat nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Table 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59023737
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.086
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.225 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	.214
	Upper Bound	.236

Sumber : Data Olahan (2023)

Dari hasil uji normalitas tabel 4 menggunakan metode kolmogorov-smirnov di dapatkan hasil signifikansi dari uji

normalitas sebesar 0,11 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa uji test normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Tabel 5. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.850	2.774		.667	.506
TX1	.282	.062	.437	4.527	.000
TX2	.395	.112	.340	3.519	.001

Sumber : Data Olahan (2023)

Hasil uji T untuk hubungan antara faktor kualitas layanan (X1) dan fitur produk *BSI Mobile* (X2) dengan kepuasan nasabah (Y) dapat diuraikan sebagai berikut berdasarkan tabel di atas :

H0 ditolak dan H1 diterima karena nilai signifikansi (Sig.) variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi kualitas pelayanan lebih kecil dari 0,05 (=5%). Akibatnya, kepuasan nasabah (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan (X1).

H0 ditolak dan H2 disetujui karena diketahui bahwa variabel fitur *BSI Mobile* (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,001 yang artinya nilai signifikansi fitur produk *BSI Mobile* kurang dari 0,05 (=5%). Konsekuensinya, kepuasan nasabah (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh variabel fitur produk *BSI Mobile* (X2).

b. Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	257.833	2	128.917	49.948	.000 ^b
Residual	250.357	97	2.581		
Total	508.190	99			

Sumber : Data Olahan (2023)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 (atau 5%), hal ini menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan *BSI Mobile* fitur BSI (X2) memiliki pengaruh atau simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).

Koefisien Determinasi

Kapasitas variabel independen (X) untuk memprediksi respon variabel dependen (Y) terhadap model regresi diukur dengan koefisien determinasi (R²). Hasil temuan koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.507	.497	1.607

Sumber : Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel diatas ialah nilai R 0,712 yang menggambarkan hubungan antara kualitas layanan (X1) dan fitur produk *BSI Mobile* (X2) dengan kepuasan nasabah (Y) tergolong kuat. Nilai R Square sebesar 0,507 menunjukkan bahwa terdapat korelasi sebesar 50,7% antara kualitas layanan *BSI Mobile* (X1) dan fitur produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Untuk mengumpulkan data penelitian pengaruh penggunaan *BSI Mobile* terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo yang dilakukan melalui analisis yang relevan, 100 responden diminta untuk berpartisipasi. Sig. (2-tailed) > 0,05 dan korelasi Pearson yang positif menunjukkan bahwa kuesioner yang dikeluarkan kepada 100 responden memberikan hasil yang valid dalam uji validitas. Koefisien yang lebih besar dari 0,6, yang menunjukkan pernyataan tersebut dianggap dapat diandalkan, menunjukkan bahwa uji reliabilitas dapat diandalkan.

R square (R^2) adalah 0,507, atau 50,7%, menurut temuan uji koefisien determinasi, juga dikenal sebagai uji R . menunjukkan 50,7% pentingnya faktor kualitas layanan, fitur, dan kesenangan pelanggan. 49,3% faktor lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini. Hasil uji signifikansi secara simultan disebut juga uji F menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas layanan dan fitur produk *BSI Mobile*) berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan (kepuasan nasabah).

a. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, khususnya uji T dengan variabel kualitas layanan *BSI Mobile* sebagai variabel bebas (X1), nilai signifikansinya adalah 0,000, artinya nilai signifikansi kualitas layanan pada uji t lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 4,527 yang menunjukkan adanya hubungan positif searah antara variabel kualitas pelayanan *BSI Mobile* dengan kepuasan nasabah.

b. Pengaruh Kualitas fitur BSI Mobile (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan analisis statistik, dalam penelitian ini ditetapkan bahwa kualitas fitur (X2) memiliki nilai signifikansi 0,001 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan konsumen secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh kualitas informasi. Artinya, kebahagiaan konsumen akan meningkat berbanding lurus dengan kualitas fitur yang ditawarkan.

c. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Fitur (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai sig pada penelitian ini adalah 0,000 yang berarti nilai sig lebih kecil dari 0,05. Kesimpulan : Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan fitur produk *BSI Mobile* yang bervariasi baik secara terpisah maupun kombinasi. Nilai R , bagaimanapun, adalah 0,712, menunjukkan korelasi yang cukup baik antara kebahagiaan pelanggan dan fitur produk *BSI Mobile* dan kualitas layanan. Nilai R Square sebesar 0,507, yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan dan fitur produk *BSI Mobile* sebesar 50,7% dan sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Penjelasan teoretis untuk kualitas layanan, atau keseluruhan dan kualitas produk atau layanan dalam hal kapasitasnya untuk memuaskan harapan nasabah. Dengan menyatakan bahwa penjual telah menawarkan kualitas barang atau jasa yang

sesuai dengan kebutuhan konsumen, kita dapat menyatakan bahwa definisi ini jelas berpusat pada pelanggan. Untuk memanfaatkan keunggulan internet dan kemajuan teknologi, layanan elektronik berkualitas tinggi adalah suatu keharusan.

KESIMPULAN

Dengan demikian bahwa pengaruh penggunaan *BSI Mobile* terhadap kepuasan nasabah di BSI cabang Jenggolo yang menunjukkan adanya dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang artinya nasabah mampu memahami dan menjelaskan serta dapat memberi contoh tentang transaksi yang dibutuhkan. Dalam hal ini nasabah merasa puas telah terbantu pemahamannya dalam bertransaksi menggunakan *BSI Mobile*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Diana. 2021. Pengaruh Persepsi Nasabah, Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.
- Andrayani, Kristi Fiki., & Solekah, Nihayatu Aslamatis. 2021. Determinasi Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Pendekatan E-Service Quality). *The 2nd Widyagama National Conference On Economics and Business* (WNCEB), p. 404-413.
- Fitria, Annisa., Munawar, Aang., & Pratama, Pebi Paisal. 2021. Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), p. 43–52.
- Fransiska, Dita. 2021. Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Fitur BRIS Online Pada BSI Kantor Cabang Kediri. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Hernandez, Axel., & David, Felix. 2022. Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Transaksi Sehari-hari. *Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 01(01), p. 17–32.
- Imamah, Nur., & Safira, Dinda Ayu. 2021. Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia. *Profit : Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), p. 95-103.
- Ismail, Harries Arizonia., & Purwani, Tri. 2021. Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Indicators : Journal of Economics and Business*, 3(2), p. 151-157.
- Maika, M. Ruslianor., & Latifah, Fitri Nur. 2017. Exploring Selling Feature Vs Selling Value Toward Saving At Sharia Bank. *Proceeding of the 1st International Conference on Intellectuals' Global Responsibility*.
- Nasution, Halimah., & Habra, Mhd. Dani. 2022. Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Medan Kampung Baru). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen (JURPEM)*, 2(1), p. 42–46.
- Parasuraman, A., & Grewal, Dhruv. 2000. The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, p. 168-170.
- Pranantha, Elsandro Yoga. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman. *Skripsi*, Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Setiawan, Heri. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20(3), p. 518–528.

- Suhayati, Yoannisa Fitriani., Maulina, Azri Nur., & Adji, Widwi Handari. 2022. Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), p 1681–1695.
- Wardani, Deni. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan kepercayaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas pengguna Layanan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), p. 15–32.