

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN FITUR PRODUK BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA KCP SUMBAWA DIPONEGORO)

Putri Wardaningsih¹ dan Abdul Salam^{1*}

¹Manajemen, FEB, Universitas Teknolgi Sumbawa, Indonesia

34abdul.salam@gmail.com

ABSTRAK

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk adalah bank syariah terbesar di Indonesia, setelah dilakukan merger atau penggabungan dari anak usaha BUMN yakni PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank Negara Indonesia Syariah. PT Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi dari tanggal 1 Februari 2021 (Madani, Mohammad Amin, 2021). Sebagai salah satu bank yang juga menyediakan layanan mobile banking yang berada dalam industri perbankan, BSI juga memiliki layanan Mobile banking yaitu BSI Mobile. Emiten Bank Syariah Indonesia atau BSI mencatat transaksi mobile banking mengalami pertumbuhan sebesar 97,4% secara tahunan pada periode Juli tahun 2021 atau mencapai sebanyak 46,4 juta transaksi. Pada tanggal 17 Agustus 2021 jumlah pengguna mobile banking BSI melebihi 2,7 juta pengguna, meningkat 79,4 % sejak awal tahun 2021 secara Yoy (Syahrizal Sidik, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. Teknik analisis yang digunakan didalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda yang dapat diolah melalui program SPSS, dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen. Teknik analisis ini digunakan oleh penelitian karena untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syarih Indonesia di KCP Sumbawa Diponegoro.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, Fitur Produk, Kepuasan Nasabah

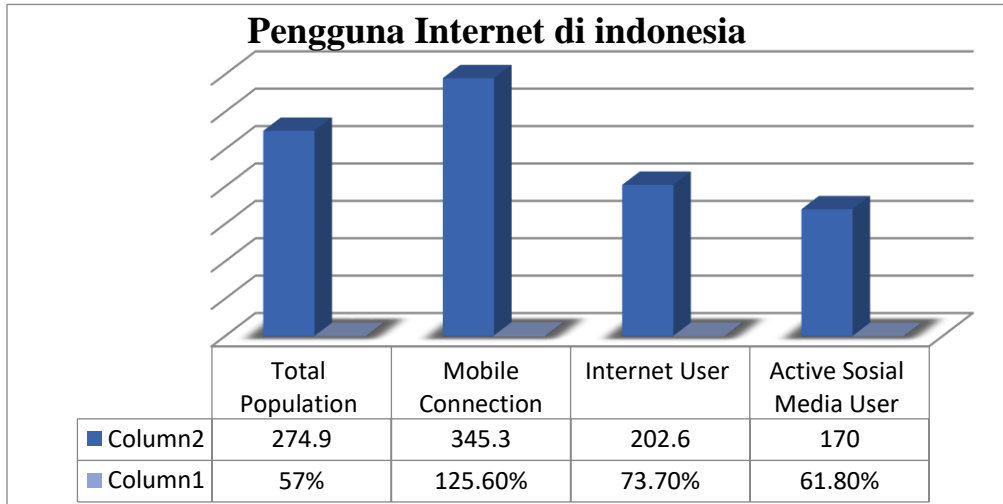
ABSTRACT

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk is the largest Islamic bank in Indonesia, following the merger of state-owned subsidiaries PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, and PT Bank Negara Indonesia Syariah. PT Bank Syariah Indonesia officially operates from February 1, 2021 (Madani, Mohammad Amin, 2021). As one of the banks that also provides mobile banking services in the banking industry, BSI also has a Mobile banking service, namely BSI Mobile. The issuer Bank Syariah Indonesia or BSI recorded that mobile banking transactions grew by 97.4% on an annual basis in the July period of 2021 or reached 46.4 million transactions. On August 17, 2021 the number of BSI mobile banking users exceeded 2.7 million users, an increase of 79.4% since the beginning of 2021 on a Yoy basis (Syahrizal Sidik, 2021). In this study using quantitative methods through an associative approach. The analysis technique used in this study is to use multiple linear regression analysis which can be processed through the SPSS program, with the aim of testing the effect of the Independent variable on the Dependent variable. This analysis technique was used by the research because it was to test the effect of Service Quality, Ease of Transaction and BSI Mobile Product Features on Customer Satisfaction at Bank Syarih Indonesia at KCP Sumbawa Diponegoro.

Keywords: Service Quality, Ease of Transaction, Product Features, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi perkembangan di Indonesia seiring dengan semakin meningkatnya pengguna internet. OJK mencatat bahwa potensi ini memberikan peluang yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis di bidang digital untuk dapat menciptakan suatu produk atau layanan yang berbasis pada teknologi informasi (OJK.co.id.2018).



Dari diagram weAreSocial, data hotsuite Indonesia pada awal tahun 2021, pengguna internet mencapai 274,9 juta penduduk di Indonesia dengan 73,7%. Ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia telah menggunakan internet. Hal ini dapat dilihat pada diagram diatas yang menunjukkan bahwa potensi industry digitalisasi perbankan berkembang pesat dimasa mendatang. Mobile Connection dapat merujuk pada akses internet melalui perangkat seluler dan akan mendukung pengalaman pengguna yang lebih dalam mengakses layanan internet, termasuk e-commerce. Pengguna internet akan mendapatkan manfaat dari kemudahan akses informasi dan memfalisitasi transaksi serta pembayaran melalui aplikasi perbankan dan dompet digital yang dapat mendorong pengembangan aplikasi baru dengan terus meningkatkan kenyamanan dan efesiensi penggunaan mobile connection.

Otoritas Jasa Keuangan juga mencatat adanya peningkatan penggunaan mobile banking dan internet banking yang mencapai 300% di tahun 2021 dan yang menjadi

salah satu pemicunya adalah dampak pandemi covid-19. Menyikapi perkembangan ini Perbankan Syariah sebagai institusi keuangan perlu memastikan ketersediaan layanan Mobile Banking untuk memudahkan transaksi keuangan dan memenuhi kebutuhan nasabah.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. Menurut Hardani (2020) Metode kuantitatif adalah penganut aliran positif, yang perhatiannya ditujukan pada fakta-fakta tersebut. Analisis kuantitatif menggunakan data berupa angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran, yang diolah dan dianalisis dengan kriteria-kriteria statistik tertentu Hermawan (2018). pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi dan fitur produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah bank syariah indonesia ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan Pendekatan Asosiatif. Pendekatan Asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain (Hardani, 2020). Penelitian ini bersifat asosiatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi dan fitur produk bsi mobile terhadap kepuasan nasabah bank syariah indonesia.

Teknik analisis yang digunakan didalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda yang dapat diolah melalui program SPSS, dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen. Teknik analisis ini digunakan oleh penelitian karena untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kemudahan Transaksi (X2) dan Fitur Produk (X3) BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Pada Bank Syarih Indonesia di KCP Sumbawa Diponegoro.

2.1 Populasi

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang diteliti. Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang

ciri-cirinya akan diduga, (Hardani, 2020). Didalam Penelitian ini populasi yang digunakan yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumbawa Diponegoro.

2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Sampel didalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sumbawa Diponegoro yang menggunakan BSI. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian dengan rumus Paul Leedy dikarenakan populasi didalam penelitian saya ini belum diketahui jumlahnya

3 .HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed).	Kriteria	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0.192	P > 0.005	Data Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel diatas, Jika nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal bergitupun sebaliknya. Hasil uji normalitas didapatkan hasil sebesar 0.192 hal ini dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal.

3.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Keterangan
Kualitas Layanan	0.147	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan Transaksi	0.388	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Fitur Produk	0.477	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
--------------	-------	------	-----------------------------------

Berdasarkan table diatas, uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser dan hasilnya menunjukkan nilai signifikan Kualitas Layanan sebesar $0,147 > 0,050$, nilai signifikan Kemudahan Transaksi sebesar $0,388 > 0,050$ dan nilai signifikan Fitur Produk $0,477 > 0,050$ hal ini menyatakan bahwa ketiga variabel independen/bebas dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan	0.446	2.241	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kemudahan Transaksi	0.349	2.864	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fitur Produk	0.377	2.650	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan table di atas, menunjukkan bahwa variable Kualitas Layanan (X1) dengan nilai Tolerance $0,446 > 0,1$ dan nilai VIF $2,241 < 10$, Kemudahan Transaksi (X2) dengan nilai Tolerance $0,349 > 0,1$ dan nilai VIF $2,864 < 10$, dan Fitur Produk (X3) dengan nilai Tolerance $0,377 > 0,1$ dan nilai VIF $2,650 < 10$, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen/bebas dalam penelitian ini tidak mengalami multikolinearitas.

3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandarized Coefficients
-------	----------------------------

		B	Std. Error
1	(Constant)	1.756	0.671
	Kualitas Layanan (X1)	0.071	0.031
	Kemudahan Transaksi (X2)	0.256	0.052
	Fitur Produk (X3)	0.413	0.041
Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)			

Berdasarkan hasil uji penelitian dapat dilihat pada diatas :

$$Y = 1.756 + 0.071 X_1 + 0.256 X_2 + 0.413 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linear berganda dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (a)

Nilai a sebesar 1.756 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pengguna belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Layanan (X1), Kemudahan Transaksi (X2), dan Fitur Produk (X3). Maka, variabel kepuasan pengguna tidak mengalami perubahan.

2. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna (X1)

Nilai koefisien regresi pada Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,071, setiap kenaikan satu kesatuan variabel kualitas layanan maka kepuasan pengguna akan naik sebesar 0,071.

3. Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna (X2)

Nilai koefisien regresi pada Kemudahan Transaksi (X2) sebesar 0,256. Setiap satu kesatuan variabel kemudahan transaksi maka kepuasan pengguna akan naik sebesar 0,256.

4. Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah (X3)

Nilai koefisien regresi pada Fitur Produk (X3) sebesar 0.413. Setiap satu kesatuan variabel fitur produk maka akan kepuasan pengguna akan naik sebesar 0.413.

4.KESIMPULAN

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BSI mobile banking
2. Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BSI mobile banking
3. Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BSI mobile banking

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alkhowaiter, WA (2020). Pembayaran digital dan penelitian adopsi perbankan di negara-negara Teluk: A tinjauan literatur sistematis. *Jurnal Internasional Manajemen Informasi*,53,1-7.
102102.<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>
- Anggraini, M. J., Sani, A., & Harahap, A. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai. *EKSYA: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina*, 16–43. <https://jurnal.stain-madina.ac.id>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Astuti, yulia widi dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIX(3), 134–158.
- Basri, A. I. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking. *Society*, 2(1), 1–19. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid>
- Daryanto, I. S. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gaya Medika.
- Erina, N. (2021). Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk.
- Esther, D., Kwame, OK, & Kofi, AB (2020). Perilaku keamanan layanan keuangan seluler pengguna. Di *Keamanan Informasi & Komputer*, <https://doi.org/10.1108/ICS-02-2020-002>
- Firmansah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategi)*. CV. Penerbit Qiara Media.

- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi 8). Cetakan eV iii. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginantara, Purba, Tojiri, Yusuf, M., Siregar, H., Lora, Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Financial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan. 55–67.
- Hamidi, H., & Safareeyeh, M. (2019). Sebuah model untuk menganalisis pengaruh adopsi mobile banking pada interaksi dan kepuasan pelanggan: Sebuah (studi kasus m-banking di Iran). *Telematika dan Informatika*, 38, 166-181.
- Handayani, R. D. (2021). Pengaruh Kemudahan, Emosional, Pelayanan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Belanja Online (Studikusus Pada Onlinemoodcoop Store Di Tulungagung).
- Hardani, Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hermawan. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *Jurnal Nisbah*, Vol.8, 66–75.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan* Yogyakarta: Yogyakarta CV. Andi Offset.
- Kasmir. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, K. L. K. P. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Lusiana, Vera. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Semarang 2014). Diakses pada <http://repository.unimus.ac.id>
- Laucereno, F, S. (2020, June). Layanan Digital Bank Tumbuh Pesat di Tengah Pandemi. *DetikFinance*. <https://finance.detik.com/moneter/d-755059110/layanan-digital-bank-tumbuh-pesat-di-tengah-pandemi>
- Mcknight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). *Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures*. *ACM Transactions on Management Information Systems*. <https://doi.org/10.1145/1985347.1985353>.
- Meliana. (2020). Mekanisme Produk Deposito IB Untuk Meningkatkan Penghimpunan Dana KCS Pekanbaru.

- Mowen, C., John, & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). *Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking*. ojk.go.id / sikapiuangmu.ojk.go.id
- Poon, W. C. 2008. Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing* 23(1): h. 59-69.
- Pramana, Firly Falian. (2021). Pengaruh Fitur Produk Iphone Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. (Skripsi, Universitas Batanghari, 2020). Diakses pada <http://repository.unbari.ac>.
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 367–373. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1653>
- Purnomo, A. Y., & Dwiyanto, B. M. (2017). Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bank X Area Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 6, 1–8.
- Saputro, W. J. (2020). Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Syahrial, M. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Islam (Perspektif Al-Quran Dan Hadist). *Jurnal IndraTech*, 8(4), 81–94
- Riyanto, W, H., & Mohyi, A. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. UMM Press.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa, Karakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. (Andi (ed.))
- Ulan, A. S. (2021). Efektivitas Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Muamalat Cabang Palopo.
- Wulandari, R., & Rusmahafi, Aulawi, F. (2020). *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Nas Media Pustaka.