

ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN NASABAH SEBELUM DAN SETELAH PENGUNAAN BYOND BY BSI DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG GORONTALO

Sri Yolanda Hasan¹⁾, Ayu Anastasya Rachman²⁾, Sukrianto³⁾

⁽¹⁾S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Mandiri Gorontalo

⁽²⁾S1 Hubungan Internasional, Fakultas Pemerintahan dan Sektor Publik, Universitas Bina Mandiri
Gorontalo

⁽³⁾D4 Akuntansi Sektor Publik, Fakultas Pemerintahan dan Sektor Publik, Universitas Bina Mandiri
Gorontalo

Email: hasanyolanda6@gmail.com, ayu.rachman@ubmg.ac.id, sukriyanto@ubmg.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of service quality of the BSI Mobile and Byond by BSI applications on customer satisfaction, and to examine the differences in customer satisfaction levels before and after application migration at Bank Syariah Indonesia (BSI) Gorontalo Branch. The research method used is comparative quantitative. The research population includes 4,087 Byond by BSI users with a sample of 165 respondents determined through purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach via SmartPLS 4 software and the Paired Samples T-Test via SPSS. The results showed that service quality on both BSI Mobile and Byond by BSI had a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, a significant difference was found in the level of customer satisfaction before and after using the Byond by BSI application, where there was a shift in perception due to the adaptation phase from the old system to the new system. These findings confirm that although digital innovation is well received, aspects of familiarity and ease of use remain key factors in maintaining customer satisfaction during the technological migration process.

Keywords: *E-Service Quality, Customer Satisfaction, BSI Mobile, Byond by BSI, Digital Migration.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan aplikasi BSI Mobile dan Byond by BSI terhadap kepuasan nasabah, serta menguji perbedaan tingkat kepuasan nasabah sebelum dan sesudah migrasi aplikasi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif komparatif. Populasi penelitian mencakup 4.087 pengguna Byond by BSI dengan sampel sebanyak 165 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4 dan uji beda Paired Samples T-Test melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan pada BSI Mobile dan Byond by BSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Lebih lanjut, ditemukan adanya perbedaan signifikan pada tingkat kepuasan nasabah sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi Byond by BSI, di mana terdapat pergeseran persepsi akibat fase adaptasi dari sistem lama ke sistem baru. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun inovasi digital diterima dengan baik, aspek

familiaritas dan kemudahan penggunaan tetap menjadi faktor kunci dalam menjaga kepuasan nasabah selama proses migrasi teknologi.

Kata Kunci : Kualitas Layanan Elektronik, Kepuasan Nasabah, BSI Mobile, Byond by BSI, Migrasi Digital.

PENDAHULUAN

Financial Technology (Fintech) adalah inovasi dalam sektor keuangan yang mengintegrasikan kemajuan teknologi untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran fintech telah membawa perubahan besar dalam industri perbankan dengan menggantikan berbagai metode konvensional dalam melakukan transaksi dan pengelolaan keuangan. Melalui penggunaan aplikasi mobile, platform digital, serta teknologi berbasis data, nasabah dapat melakukan aktivitas keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, maupun pengelolaan investasi dengan lebih praktis dan dapat dilakukan secara langsung (*real-time*). Selain meningkatkan kemudahan layanan perbankan, fintech juga berperan dalam memperluas inklusi keuangan dengan menjangkau masyarakat yang sebelumnya belum terlayani oleh sistem perbankan tradisional, misalnya melalui penyediaan pinjaman mikro atau layanan investasi berskala kecil. Oleh karena itu, fintech berperan besar dalam memperluas inklusi keuangan serta meningkatkan kenyamanan dan pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan [1][2].

Transformasi digital menjadi kebutuhan strategis bagi industri perbankan agar mampu mempertahankan daya saing dan menyesuaikan diri dengan perubahan ekonomi global. Di era industri 4.0, perkembangan teknologi digital dan internet membawa perubahan besar terhadap sistem perbankan di Indonesia. Kondisi ini menuntut perbankan untuk beradaptasi, baik terhadap dinamika internal maupun faktor eksternal seperti perubahan bisnis, kebijakan politik, dan perkembangan sosial. Perkembangan dunia digital juga telah mengubah pola hidup masyarakat, termasuk dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Oleh karena itu, lembaga keuangan dituntut untuk bergerak cepat menyesuaikan diri dengan berbagai inovasi digital agar tetap relevan dan kompetitif. Saat ini, sektor perbankan sedang mengalami transformasi menuju sistem layanan digital sebagai bentuk respons terhadap kemajuan teknologi finansial (fintech) dan revolusi digital. Transformasi tersebut mendorong terciptanya layanan perbankan digital yang berfokus pada peningkatan kepuasan nasabah melalui kemudahan dapat digunakan secara fleksibel kapan pun dan di mana pun pengguna membutuhkannya. Selain itu perkembangan fitur-fitur digital yang terus berinovasi membuat bank harus menyesuaikan model bisnisnya agar selaras dengan perubahan lingkungan yang semakin dinamis [3].

Di Indonesia, perkembangan fintech (*financial technology*) mengalami perkembangan yang pesat. Menurut data yang dirilis oleh Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH), pertumbuhan jumlah perusahaan teknologi finansial di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan, yaitu sekitar 78% dalam kurun waktu antara tahun 2015 hingga 2016. Pada periode tersebut, jumlah perusahaan fintech bertambah dari 51 menjadi 135 entitas yang beroperasi di sektor ini. Pertumbuhan yang pesat ini dipicu oleh beberapa faktor termasuk tingginya penetrasi smartphone, populasi usia produktif yang besar, serta akses yang masih terbatas terhadap layanan keuangan formal [4].

Bank Syariah Indonesia meningkatkan pelayanan digitalisasi, BSI melakukan inovasi dengan meluncurkan aplikasi Byond by BSI yang berfungsi menggantikan aplikasi sebelumnya, yaitu BSI Mobile. Kehadiran aplikasi ini merupakan bentuk komitmen BSI untuk menghadirkan pengalaman perbankan digital yang lebih modern, praktis, dan efisien bagi para nasabahnya, serta dilengkapi dengan fitur-fitur baru yang meningkatkan kenyamanan pengguna [5]. Peningkatan layanan digital ini sejalan dengan tren global perbankan yang semakin mengarah ke digitalisasi layanan.

Aplikasi BSI Mobile ke Byond by BSI menimbulkan berbagai reaksi di kalangan nasabah. Perubahan dalam sistem perbankan digital sering kali memerlukan adaptasi, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan berbasis digital yang baru. Kepuasan nasabah menjadi aspek penting dalam keberhasilan implementasi layanan digital perbankan, karena pengalaman pengguna dalam mengakses layanan keuangan sangat menentukan loyalitas mereka terhadap bank. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan di Bank Syariah Indonesia Cabang Gorontalo melalui bagian *Customer Service*, diketahui bahwa tidak seluruh nasabah telah beralih menggunakan aplikasi Byond by BSI sebagai layanan mobile banking mereka. Beberapa hambatan menjadi penyebab lambatnya proses transisi tersebut antara lain adanya nasabah yang memiliki rekening tidak aktif, sehingga tidak dapat mengakses layanan tersebut. Selain itu, masih terdapat nasabah yang belum mendapatkan informasi lengkap mengenai Byond by BSI, sehingga mereka belum beralih dari layanan sebelumnya. Faktor kebiasaan dalam menggunakan aplikasi lama juga dapat menjadi alasan mengapa sebagian nasabah masih ragu untuk beralih ke Byond by BSI. Meskipun Byond by BSI sudah diluncurkan, sejumlah nasabah masih memilih untuk tetap menggunakan BSI Mobile. Salah satu alasan utamanya adalah karena aplikasi tersebut masih dapat diakses dan digunakan. Selain itu, banyak nasabah yang sudah terbiasa dengan fitur serta tampilan BSI Mobile, sehingga mereka belum merasa perlu untuk beralih ke Byond by BSI. Kebiasaan dalam menggunakan aplikasi yang sudah dikenal serta anggapan bahwa BSI Mobile masih cukup memenuhi kebutuhan perbankan.

Perubahan sistem layanan digital dari BSI Mobile ke Byond by BSI yang memunculkan berbagai tanggapan. Permasalahan yang ditemukan yaitu pada BSI Mobile mencakup beberapa aspek yang mengganggu pengalaman pengguna. Pertama, proses cek saldo yang masih memerlukan tiga langkah menjadi tidak efisien dan menyulitkan nasabah yang menginginkan akses cepat. Selain itu, sering terjadi kesalahan dalam mentransfer uang di mana nasabah mengira bahwa fitur infaq adalah untuk pembayaran yang menimbulkan kebingungan. Di sisi lain, tampilan aplikasi BSI Mobile dianggap kurang menarik dibandingkan dengan Byond by BSI, yang menawarkan antarmuka yang lebih modern dan user-friendly. Semua masalah ini menunjukkan perlunya perbaikan pada BSI Mobile untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Pergantian aplikasi ini melibatkan aspek kehandalan akses, daya tangkap yang cepat, jaminan untuk rasa aman, empati memahami kebutuhan nasabah, bukti fisik menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi persepsi nasabah dalam melalui pemanfaatan aplikasi Byond by BSI [6].

Tinjauan Literature

Manajemen

Manajemen menjadi bagian penting dalam berbagai organisasi baik perbankan, perusahaan, usaha dan lainnya. Menurut Surya dalam Oktaria et al. (2024), manajemen adalah proses mengkoordinasikan sumber daya perusahaan guna mencapai tujuan tertentu [7]. Pendapat lain dari Stoner dalam Widiana (2020) menyebutkan bahwa manajemen dapat dimaknai sebagai suatu rangkaian proses yang mencakup aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap kegiatan para anggota organisasi [8]. Dalam konteks operasional digital, manajemen yang efektif sangat diperlukan untuk memastikan transisi teknologi berjalan selaras dengan tujuan organisasi [5].

Manajemen Perbankan

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 mengenai Perbankan, bank merupakan lembaga usaha yang berfungsi mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau produk keuangan lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum. Perencanaan keuangan dalam manajemen perbankan berperan penting dalam

menetapkan target serta strategi keuangan bank, mengoptimalkan profitabilitas, dan mengurangi potensi risiko sistemik [9].

Landasan Teori Evaluasi Sistem dan Layanan Digital Untuk mengevaluasi transisi layanan perbankan digital, penelitian ini berlandaskan pada tiga teori utama:

1. SERVQUAL (Parasuraman et al.): Teori ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utama (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) guna menilai perbedaan antara harapan dan persepsi nasabah.
2. Technology Acceptance Model (TAM) - Davis: Teori ini menjelaskan tingkat penerimaan nasabah terhadap aplikasi Byond by BSI yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan kemanfaatan teknologi tersebut.
3. IS Success Model (DeLone & McLean): Menekankan bahwa kepuasan pengguna ditentukan oleh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi perbankan.

Kualitas Layanan

Menurut pendapat DeLone dan McLean dalam Amarin dan Wijaksana (2021), kualitas layanan merupakan bentuk dukungan yang diberikan pengembang kepada pengguna layanan; ini mencakup pembaruan aplikasi serta respons terhadap permasalahan yang muncul [10]. Kualitas layanan meliputi aspek keamanan, kenyamanan, empati, serta kecepatan dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Dwiyantri et al. (2024) menambahkan bahwa kualitas merupakan elemen yang senantiasa mengalami perkembangan yang mampu memberikan kepuasan melebihi ekspektasi pengguna [11]. Dalam ekosistem fintech, kualitas layanan yang stabil sangat krusial karena kegagalan sistem atau serangan siber dapat secara instan merusak persepsi kualitas dan kepercayaan nasabah [6].

Indikator Kualitas Layanan

Tjiptono dalam Satriady (2022) mengemukakan terdapat sejumlah indikator yang sesuai dengan teori SERVQUAL sebagai dasar penilaian kualitas layanan [12], yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*): Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*): Keinginan staf untuk membantu para nasabah dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*Assurance*): Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Empati (*Empathy*): Jaminan kemudahan dalam menjalin hubungan dan komunikasi yang baik serta memahami kebutuhan nasabah.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*): Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, serta sarana komunikasi (dalam hal ini tampilan antarmuka aplikasi digital).

Kepuasan Nasabah

Engel dalam Utama dan Murti (2021) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi emosional pelanggan setelah menilai perbandingan antara harapan (*expectation*) dan kinerja nyata (*actual performance*) dari suatu produk atau layanan [13]. Ketika pengalaman nyata sesuai atau melebihi ekspektasi, nasabah akan merasa puas, yang pada gilirannya meningkatkan kemungkinan loyalitas jangka panjang dan niat untuk terus menggunakan teknologi finansial tersebut [14]. Sebaliknya, jika kinerja produk di bawah harapan, akan muncul ketidakpuasan yang berpotensi menyebabkan keluhan atau perpindahan ke platform lain [15].

Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono dalam Lusi et al. (2021) menguraikan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan [16], yaitu:

1. Kesesuaian Harapan: Sejauh mana kinerja layanan memenuhi apa yang diharapkan nasabah.
2. Minat Berkunjung Kembali: Keinginan nasabah untuk terus menggunakan layanan di masa depan.
3. Kesiediaan Merekomendasi: Kesiediaan nasabah untuk menyarankan layanan tersebut kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan [17].

Sejauh pengamatan literatur yang dilakukan, belum ditemukan riset sebelumnya yang secara spesifik membandingkan tingkat kepuasan nasabah antara BSI Mobile dengan Byond by BSI, sehingga penelitian ini menjadi penting untuk mengisi celah tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan (*Research Question*):

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan aplikasi BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gorontalo?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan aplikasi Byond by BSI terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gorontalo?
3. Apakah terdapat perbedaan signifikan pada tingkat kepuasan nasabah sebelum (saat menggunakan BSI Mobile) dan setelah menggunakan Byond by BSI?

METODE PELAKSANAAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode utamanya. Menurut Creswell dalam Aiman et al. (2022), penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan investigasi yang fokus pada permasalahan sosial dengan cara menguji sebuah teori menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Populasi dan Sampel

1. Populasi: Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Gorontalo yang menggunakan layanan perbankan digital. Tercatat pengguna BSI Mobile berjumlah 9.633 nasabah, sementara pengguna Byond by BSI berjumlah 4.087 nasabah.

Berdasarkan *rumus rules of thumb*, dengan menentukan tabel *Krejcie and mogans* sebagai berikut:

Tabel 1. Penentuan Jumlah Sampel Krejcie dan Morgan

Population Size	Confidence = 95%				Confidence = 99%			
	Margin of error				Margin of Error			
	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%
10	10	10	10	10	10	10	10	10
20	19	20	20	20	19	20	20	20
30	28	29	29	30	29	29	30	30
50	44	47	48	50	47	48	49	50
75	63	69	72	74	67	71	73	75
100	80	89	94	99	87	93	96	99
150	108	126	137	148	122	135	142	149
200	132	160	177	196	154	174	186	198
250	152	190	215	244	182	211	229	246
300	169	217	251	291	207	246	270	295
400	196	265	318	384	250	309	348	391
500	217	306	377	475	285	365	421	485
600	234	340	432	565	315	416	490	579

Population Size	Confidence = 95%				Confidence = 99%			
	Margin of error				Margin of Error			
	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%	5.0%	3.5%	2.5%	1.0%
700	248	370	481	653	341	462	554	672
800	260	396	526	739	363	503	615	763
1	278	440	606	906	399	575	727	943
1.2	291	474	674	1.067	427	636	827	1.119
1.5	306	515	759	1.297	460	712	959	1.376
2	322	563	869	1.655	498	808	1.141	1.785
2.5	333	597	952	1.984	524	879	1.288	2.173
3.5	346	641	1.068	2.565	558	977	1.51	2.89
5	357	678	1.176	3.288	586	1.066	1.734	3.842
7.5	365	710	1.275	4.211	610	1.147	1.96	5.165
10	370	727	1.332	4.899	622	1.193	2.098	6.239
25	378	760	1.448	6.939	646	1.285	2.399	9.972
50	381	772	1.491	8.056	655	1.318	2.52	12.455
75	382	776	1.506	8.514	658	1.33	2.563	13.583
100	383	778	1.513	8.762	659	1.336	2.585	14.227
250	384	782	1.527	9.248	662	1.347	2.626	15.555
500	384	783	1.532	9.423	663	1.35	2.64	16.055
1,000,000	384	783	1.534	9.512	663	1.352	2.647	16.317
2,500,000	384	783	1.536	9.567	663	1.353	2.651	16.478
10,000,000	384	784	1.536	9.594	663	1.354	2.653	16.56
100,000,000	384	784	1.537	9.603	663	1.354	2.654	16.584
300,000,000	384	784	1.537	9.603	663	1.354	2.654	16.586

2. Sampel dan Justifikasi Penurunan: Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: nasabah aktif kedua aplikasi dan berusia 17-50 tahun. Berdasarkan tabel Krejcie and Morgan, target sampel awal adalah 365 responden. Namun, dalam pelaksanaan di lapangan, jumlah sampel yang berhasil dihimpun dan memenuhi kriteria validasi adalah sebanyak 165 responden. Penurunan jumlah sampel ini terjadi karena ketatnya kriteria purposive sampling yang mewajibkan responden sebagai pengguna aktif pada kedua platform sekaligus (BSI Mobile dan Byond by BSI) untuk menjaga objektivitas perbandingan. Selain itu, proses transisi aplikasi yang masih berjalan menyebabkan sejumlah nasabah yang telah mengunduh Byond by BSI belum melakukan aktivasi penuh, sehingga tidak memenuhi syarat sebagai responden aktif.

Teknik Analisis Data dan Integrasi Metodologis

Untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif, penelitian ini menggunakan analisis multi-tahap yang terintegrasi. Penggunaan tiga jenis analisis ini dilakukan secara berurutan untuk tujuan yang berbeda namun saling mendukung:

1. Analisis Structural Equation Modeling (SEM-PLS) melalui SmartPLS 4: Digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pada masing-masing platform secara terpisah. Tahap ini mencakup uji Outer Model (Validitas Konvergen, AVE > 0,5; Reliabilitas, Cronbach's Alpha > 0,7) dan Inner Model untuk melihat kekuatan pengaruh (Original Sample).

2. Independent Sample t-test (Uji t): Digunakan untuk membandingkan apakah terdapat perbedaan signifikan pada kualitas layanan antara kelompok BSI Mobile dan Byond by BSI sebagai dua entitas sistem yang berbeda.
3. Paired Sample t-test: Digunakan untuk menguji perubahan persepsi pada subjek yang sama (nasabah yang sama) sebelum dan sesudah migrasi. Analisis ini sangat krusial untuk melihat apakah proses transisi dari sistem lama ke sistem baru menghasilkan peningkatan atau penurunan kepuasan secara nyata.

Hubungan Antar Analisis: Secara metodologis, SEM-PLS berperan dalam mengidentifikasi "faktor pendorong" kepuasan, sedangkan Independent dan Paired t-test berperan dalam membuktikan "eksistensi perbedaan" hasil dari transisi teknologi tersebut. Integrasi ini memberikan gambaran yang utuh, mulai dari kekuatan pengaruh variabel hingga signifikansi perbedaan dampaknya bagi nasabah.

Uji Hipotesis

Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) 5% (0,05). Menurut Zaki dan Saiman [18], hipotesis alternatif (H_a) diterima jika p -value $< 0,05$ dan t -statistik $> 1,96$.

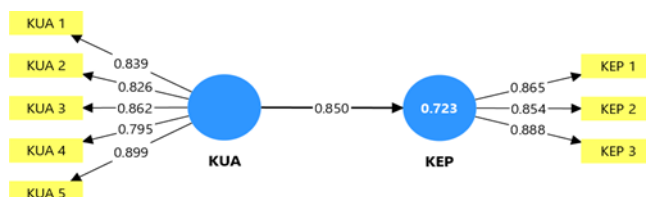
1. H_0 : Tidak terdapat perbedaan atau pengaruh yang signifikan.
2. H_a : Terdapat perbedaan atau pengaruh yang signifikan pada variabel yang diteliti.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur konstruk laten secara akurat.

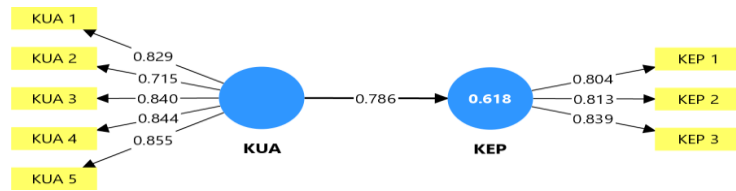
a. Outer Loadings



Gambar 1. SEM PLS 4 Data Hasil Outer Loadings BSI Mobile

Sumber: Data Primer di olah 2025

Gambar 1. mengilustrasikan model pengukuran dan struktural menggunakan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Model ini menunjukkan hubungan antara konstruk laten Kualitas Layanan (KUA/X) dan Kepuasan Nasabah (KEP/Y). Konstruk KUA dibentuk oleh lima indikator (KUA 1 s.d. KUA 5) dengan nilai outer loading berkisar antara 0,795 hingga 0,899, yang menunjukkan kontribusi kuat setiap indikator terhadap konstraknya. Sementara itu, konstruk KEP diukur oleh tiga indikator (KEP 1 s.d. KEP 3) dengan nilai loading antara 0,854 hingga 0,888, mencerminkan validitas pengukuran yang tinggi. Koefisien jalur sebesar 0,850 menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari KUA terhadap KEP. Selain itu, nilai R^2 pada KEP sebesar 0,723 menandakan bahwa 72,3% variasi dalam Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan, yang menunjukkan kemampuan prediksi model yang baik.



Gambar 1.2 SEM PLS 4 Data Hasil Outer Loadings Byond by BSI

Sumber: Data Primer di olah 2025

Gambar 2. menyajikan model pengukuran berbasis PLS-SEM untuk aplikasi Byond by BSI. Konstruk KUA diukur melalui lima indikator dengan nilai outer loading sebesar 0,829; 0,715; 0,840; 0,844; dan 0,855. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki kontribusi yang baik terhadap konstruk KUA. Konstruk KEP dibentuk oleh tiga indikator dengan nilai loading sebesar 0,804; 0,813; dan 0,839. Secara keseluruhan, nilai outer loadings pada model ini membuktikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstraknya dengan validitas yang baik karena telah melampaui ambang batas yang ditentukan.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2. SEM PLS 4 Nilai Average Variance Extracted (AVE) BSI Mobile

	Avarage Variance Extracted
KUA	0.714
KEP	0.756

Sumber: Data Primer di olah 2025

Tabel 2. menunjukkan nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk BSI Mobile, di mana konstruk KUA mencapai 0,714 dan KEP mencapai 0,756. Mengingat kedua nilai AVE berada di atas ambang batas 0,5, dapat disimpulkan bahwa konstruk KUA dan KEP memiliki validitas konvergen yang memadai. Hal ini berarti konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikatornya.

Tabel 2. SEM PLS 4 Average Variance Extracted (AVE) Byond by BSI

	Avarage Variance Extracted
KUA	0.669
KEP	0.671

Sumber: Data Primer di olah 2025

Gambar 1.4 memperlihatkan nilai AVE untuk Byond by BSI, yaitu sebesar 0,669 untuk KUA dan 0,671 untuk KEP. Karena kedua nilai tersebut melampaui batas minimum 0,50, maka dinyatakan bahwa baik KUA maupun KEP memiliki validitas konvergen yang memadai, sehingga indikator dalam model secara konsisten dan akurat merepresentasikan konstruk yang diukur.

c. Discriminant Validity (Fornell-Larcker & Cross Loading)

Tabel 3. Discriminant Validity Fornel- Larcker BSI Mobile

	KEP	KUA
KUA	0.850	0.845
KEP	0.869	

Sumber: Data Primer di olah 2025

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk konstruk KUA adalah 0,850 dan

KEP sebesar 0,869. Kedua nilai ini lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk (0,845), sehingga setiap konstruk terbukti memiliki hubungan yang lebih kuat dengan indikator pembentuknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Tabel 4. Discriminant Validity – Cross Loading BSI Mobile

	KEP	KUA
KEP1	0.865	0.808
KEP2	0.854	0.641
KEP3	0.888	0.751
KUA1	0.696	0.839
KUA2	0.742	0.826
KUA3	0.735	0.862
KUA4	0.646	0.795
KUA5	0.764	0.899

Sumber: Data Primer di olah 2025

Tabel 4. menunjukkan bahwa item-item KEP memiliki loading lebih tinggi pada konstruk KEP, dan item-item KUA memiliki loading lebih tinggi pada konstruk KUA. Temuan ini menegaskan bahwa kedua konstruk tersebut memiliki tingkat validitas diskriminan yang tinggi.

Tabel 5. Discriminant Validity Fornel- Larcker Byond by BSI

	KEP	KUA
KEP	0.869	
KUA	0.850	0.845

Sumber: Data Primer di olah 2025

Pada pengujian Byond by BSI, nilai diagonal (akar kuadrat AVE) sebesar 0,869 untuk KEP dan 0,845 untuk KUA lebih tinggi daripada nilai korelasi antar konstruk (0,850). Hal ini memenuhi kriteria Fornell-Larcker untuk validitas diskriminan.

Tabel 6. Discriminant Validity – Cross Loading Byond by BSI

	KEP	KUA
KEP1	0.804	0.633
KEP2	0.813	0.674
KEP3	0.839	0.622
KUA1	0.649	0.829
KUA2	0.650	0.715
KUA3	0.621	0.840
KUA4	0.632	0.844
KUA5	0.656	0.855

Sumber: Data Primer di olah 2025

Hasil uji *cross loadings* menunjukkan setiap indikator memiliki nilai *loading* yang lebih besar pada konstruk yang diukurnya dibandingkan pada konstruk lain. Hal ini menunjukkan indikator mampu mengukur konstruk masing-masing secara tepat tanpa tumpang tindih (*overlap*).

2. Uji Reliabilitas

a. Cronbach's Alpha

Tabel 7. Cronbach's alpha BSI Mobile

	Cronbach's Alpha
KUA	0.899
KEP	0.839

Sumber: Data Primer di olah 2025

Nilai Cronbach's Alpha untuk konstruk KUA sebesar 0,899 dan KEP sebesar 0,839. Karena telah melampaui ambang batas 0,7, maka kedua konstruk memiliki reliabilitas internal yang sangat baik dan stabil.

Tabel 7. Cronbach's alpha BSI Mobile

	Cronbach's Alpha
KUA	0.875
KEP	0.754

Sumber: Data Primer di olah 2025

Konstruk KUA memperoleh nilai 0,875 dan KEP sebesar 0,754. Nilai yang melampaui 0,7 ini menunjukkan konsistensi internal yang baik dalam merepresentasikan konstruk secara akurat.

b. Composite Reliability

Menurut Valentino (2022), nilai *Composite Reliability* di atas 0,7 menunjukkan tingkat keandalan yang baik.

Tabel 7. Composite Reliability BSI Mobile

	Composite Reliability
KUA	0.902
KEP	0.848

Sumber: Data Primer di olah 2025

Nilai Composite Reliability untuk KUA adalah 0,902 dan KEP sebesar 0,848. Hal ini menunjukkan indikator-indikator tersebut sangat konsisten dan dapat dipercaya.

Tabel 7. Cronbach's alpha Byond by BSI

	Composite Reliability
KUA	0.875
KEP	0.755

Sumber: Data Primer di olah 2025

Nilai Composite Reliability untuk KUA sebesar 0,875 dan KEP sebesar 0,755, yang mengonfirmasi bahwa indikator yang digunakan andal dalam mengukur konstruk secara menyeluruh.

3. Uji Hipotesis

Tabel 8. SmartPLS4 Bootstrapping T statistic dan P Values BSI Mobile

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation	T Statistics	P Values
KUA	0.850	0.851	0.022	39.468	0.000

Sumber: Data Primer di olah 2025

Berdasarkan hasil analisis bootstrapping, diperoleh nilai t-hitung sebesar 39,468 dengan p-value 0,000. Karena p-value < 0,05, maka hipotesis nol (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara statistik antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI Mobile.

Tabel 9. SmartPLS4 Bootstrapping T statistic dan P Values Byond by BSI

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation	T Statistics	P Values
KUA	0.786	0.770	0.081	9.767	0.000

Sumber: Data Primer di olah 2025

Hasil uji statistik menunjukkan nilai t-hitung sebesar 9,767 dan p-value 0,000. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Layanan pada Byond by BSI berpengaruh kuat dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, sehingga mendukung model penelitian yang diajukan.

Tabel 10. Analisis Komparatif (Paired Samples T-Test)

	Paired Differences				t	df	Sig.(2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower				Upper
Pair1								
Total.X.KUA.MB	-							
Total.X.KUA.BY	4.71515	4.32210	.33648	-5.37953	-4.05077	14.013	164	.000
Pair								
Total.Y.KEP.MB	-							
Total.Y.KEP.BY	2.95152	2.51776	.19601	-3.33854	-2.56449	15.058	164	.000

Sumber: Data Primer di olah 2025

Berdasarkan hasil uji Paired Samples Test menggunakan SPSS:

Pair 1 (Kualitas Layanan): Diperoleh nilai mean difference sebesar -4,71515 dengan standar deviasi 4,32210 dan t-hitung -14,013. Nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) mengindikasikan terdapat perbedaan yang signifikan dalam kualitas layanan antara BSI Mobile dan Byond by BSI.

Pair 2 (Kepuasan Nasabah): Diperoleh nilai mean difference sebesar -2,95152 dengan standar deviasi 2,51776 dan t-hitung -15,058. Nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan nasabah sebelum dan sesudah migrasi ke aplikasi Byond by BSI.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan PLS-SEM, ditemukan bahwa kualitas layanan BSI Mobile memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Gorontalo. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar 39,468 dan *p-value* 0,000, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada kualitas layanan digital secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah secara substansial. Koefisien jalur yang kuat sebesar 0,850 menegaskan bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan pada platform lama ini telah terinternalisasi dengan baik dalam pengalaman pengguna sehari-hari.

Kualitas layanan pada BSI Mobile mampu menjelaskan varians kepuasan nasabah sebesar 72,3%, sebuah angka yang menunjukkan efektivitas platform dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Indikator utama yang paling berkontribusi adalah keandalan sistem dan kemudahan akses transaksi yang telah mapan. Stabilitas aplikasi dalam menangani transaksi rutin menjadi faktor kunci mengapa nasabah merasa puas, mengingat durasi penggunaan aplikasi ini yang sudah cukup lama di lingkungan nasabah Gorontalo, sehingga tercipta rasa familiaritas dan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem.

Sejalan dengan temuan ini, Ahmad et al. (2023) dalam studinya di Pakistan menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan elektronik, termasuk efisiensi dan ketersediaan sistem, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah [19]. Penelitian tersebut menekankan bahwa dalam perbankan syariah, nasabah cenderung menilai kualitas berdasarkan seberapa stabil layanan digital tersebut mendukung aktivitas finansial mereka tanpa kendala

teknis. Hal ini memperkuat hasil penelitian bahwa performa stabil BSI Mobile menjadi fondasi kepuasan nasabah.

Dukungan literatur lainnya menunjukkan bahwa ketersediaan layanan (*system availability*) merupakan faktor kritical dalam ekosistem perbankan digital syariah. Hilmy dan Saujan (2025) menjelaskan bahwa akses sistem yang tidak terputus dan andal sangat berkorelasi dengan kepuasan nasabah di lembaga keuangan syariah [20]. Ketika nasabah dapat mengakses layanan kapan saja tanpa hambatan, persepsi mereka terhadap kualitas bank secara keseluruhan akan meningkat, yang pada akhirnya memicu loyalitas jangka panjang.

Selain ketersediaan, aspek efisiensi juga memegang peranan vital dalam layanan internet banking. Aladwani (2024) mengemukakan bahwa selama transisi lanskap digital, efisiensi transaksi yang didefinisikan sebagai kecepatan dan kemudahan penyelesaian tugas menjadi penggerak utama kepuasan nasabah di berbagai negara Islam [21]. Temuan ini memvalidasi bahwa kepuasan nasabah BSI Mobile di Gorontalo bersumber dari proses transaksi yang sudah dianggap efisien dan matang oleh para penggunanya selama periode penggunaan aplikasi tersebut.

Pengaruh Kualitas Layanan Byond by BSI terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian pada aplikasi terbaru, Byond by BSI, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai *t*-statistik 9,767 dan *p*-value 0,000. Meskipun nilai pengaruhnya tidak setinggi BSI Mobile, koefisien original sample sebesar 0,786 membuktikan bahwa Byond by BSI telah berhasil diterima sebagai platform digital baru yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Tingkat validitas konvergen (AVE) yang melampaui 0,5 pada konstruk ini menandakan bahwa fitur-fitur inovatif yang ditawarkan Byond secara akurat merepresentasikan kualitas layanan yang diinginkan nasabah.

Meskipun dalam fase migrasi, nasabah di Cabang Gorontalo merespons positif pembaruan sistem ini. Pengaruh signifikan ini mengindikasikan bahwa inovasi fitur yang lebih modern pada Byond tetap mampu memberikan kepuasan meskipun terdapat perbedaan skor dibanding aplikasi sebelumnya. Peran teknologi baru ini dipandang sebagai langkah maju bagi BSI dalam meningkatkan pengalaman pengguna melalui antarmuka yang lebih segar dan integrasi layanan yang lebih luas, yang pada akhirnya tetap berkontribusi pada loyalitas nasabah di era transformasi digital.

Dalam konteks transformasi digital, Sathwika et al. (2024) menekankan bahwa pengaruh transformasi digital pada industri perbankan sangat bergantung pada kemampuan aplikasi baru dalam mempertahankan responsivitas dan keamanan [22]. Jika aplikasi baru seperti Byond mampu menunjukkan keunggulan fungsional, maka kepuasan nasabah akan tetap terjaga meskipun dalam masa transisi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian di mana Byond tetap memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Gorontalo.

Lebih lanjut, Khan et al. (2023) melalui model CREATOR menyoroti bahwa peningkatan dimensi kualitas layanan, termasuk efisiensi operasional pada platform baru, secara efektif meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah bank syariah [23]. Literatur ini mendukung temuan bahwa meskipun Byond adalah aplikasi baru, konsistensi dalam menjaga kualitas layanan digital tetap menjadi variabel kunci dalam mempertahankan kepuasan nasabah. Keberhasilan Byond dalam pengujian hipotesis ini menunjukkan bahwa nasabah mulai mengakui nilai tambah dari inovasi tersebut.

Namun, tantangan dalam aplikasi baru sering kali terletak pada persepsi kemudahan penggunaan. Karmagatri et al. (2023) melalui analisis sentimen menemukan bahwa kepuasan pengguna pada bank digital di Indonesia sering kali dipicu oleh antarmuka yang ramah pengguna, namun ketidakpuasan dapat muncul jika terdapat hambatan administratif atau teknis pada sistem baru [24]. Hal ini memberikan konteks mengapa pengaruh Byond signifikan namun memiliki nilai statistik yang berbeda dari BSI Mobile, yakni adanya proses adaptasi nasabah

terhadap fungsionalitas sistem yang baru.

Perbedaan Kepuasan Nasabah Sebelum dan Sesudah Menggunakan Byond by BSI

Analisis komparatif menggunakan *Paired Samples T-Test* menunjukkan adanya perbedaan yang sangat signifikan pada tingkat kepuasan nasabah antara penggunaan BSI Mobile dan Byond by BSI (*p-value* 0,000). Nilai *mean difference* yang negatif pada kepuasan nasabah (-2,95152) mengindikasikan bahwa terdapat perubahan skor persepsi yang nyata saat nasabah berpindah platform. Secara statistik, perbedaan ini menegaskan bahwa migrasi aplikasi bukan sekadar perubahan teknis, melainkan sebuah peristiwa yang mengubah cara nasabah mengevaluasi layanan bank mereka.

Perbedaan signifikan ini menunjukkan adanya "kesenjangan adaptasi" di mana nasabah membandingkan kenyamanan aplikasi lama yang sudah dikuasai dengan aplikasi baru yang memiliki prosedur berbeda. Skor kepuasan yang lebih tinggi pada BSI Mobile kemungkinan disebabkan oleh faktor habituasi, sementara Byond masih berada pada kurva pembelajaran bagi nasabah di Gorontalo. Fenomena ini membuktikan bahwa meskipun Byond memiliki fitur lebih canggih, pengalaman pengguna (*user experience*) pada masa transisi sangat dipengaruhi oleh memori penggunaan sistem sebelumnya.

Secara teoritis, perbedaan kepuasan ini dapat dijelaskan melalui konsep resistensi terhadap perubahan. Ghosh (2024) menyatakan bahwa dalam era *Tech 4.0*, adopsi e-service perbankan sering kali terhambat oleh kebiasaan pengguna terhadap alur kerja yang sudah familiar [25]. Gangguan terhadap kebiasaan ini menyebabkan nasabah cenderung memberikan penilaian yang berbeda atau bahkan lebih rendah pada tahap awal penggunaan aplikasi baru dibandingkan dengan aplikasi lama yang sudah mapan, persis seperti yang ditemukan dalam perbandingan BSI Mobile dan Byond.

Selain itu, Patra dan Ray (2020) menjelaskan bahwa perspektif kekacauan dan kompleksitas sering muncul dalam layanan perbankan daring saat terjadi perubahan sistem [26]. Nasabah mungkin merasa aplikasi baru lebih kompleks meskipun menawarkan kualitas yang lebih baik, yang mengakibatkan fluktuasi pada skor kepuasan. Temuan ini mendukung hasil penelitian bahwa perbedaan signifikan tersebut merupakan respon alami dari nasabah yang sedang mengevaluasi manfaat nyata dari sistem baru dibandingkan dengan kemudahan yang dirasakan pada sistem lama.

Terakhir, Sardana dan Bajpai (2020) menekankan bahwa kepercayaan dan privasi adalah elemen sensitif yang memengaruhi kepuasan selama migrasi digital [27]. Jika nasabah merasa sistem baru memerlukan penyesuaian keamanan yang berbeda, hal ini akan menciptakan perbedaan persepsi kepuasan yang mencolok. Dengan demikian, hasil uji beda pada penelitian ini memvalidasi literatur bahwa migrasi sistem perbankan selalu menghasilkan perubahan signifikan dalam skor kepuasan karena adanya interaksi antara ekspektasi baru, tantangan teknis transisi, dan hilangnya familiaritas pengguna.

KESIMPULAN

1. Kualitas Layanan BSI Mobile Memuaskan Nasabah

Kualitas layanan pada BSI Mobile terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor stabilitas sistem dan efisiensi transaksi yang sudah mapan menjadi alasan utama nasabah merasa nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa platform lama telah berhasil memenuhi ekspektasi pengguna melalui keandalan fitur yang konsisten.

2. Byond by BSI Diterima Baik sebagai Inovasi Baru

Aplikasi Byond by BSI juga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang menandakan bahwa inovasi digital ini dapat diterima oleh masyarakat. Meskipun merupakan sistem baru, fitur yang lebih modern mampu merepresentasikan kualitas layanan bank masa kini, sehingga nasabah tetap merasakan manfaat fungsional di

tengah proses migrasi.

3. Migrasi Digital Menciptakan Perbedaan Persepsi yang Nyata

Terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan antara penggunaan BSI Mobile dan Byond by BSI. Perbedaan ini disebabkan oleh adanya fase adaptasi dan perubahan kebiasaan nasabah dari sistem lama yang sudah familiar ke sistem baru. Temuan ini menegaskan bahwa migrasi aplikasi membawa dampak nyata pada cara nasabah mengevaluasi pengalaman perbankan mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] A. Kurnia, "Maqashid Sharia Framework: Sharia Financial Inclusion Through Indonesian Sharia Mobile Bank," in *Contributions to Management Science*, vol. Part F1204, Universitas Islam Internasional Indonesia, Depok, Indonesia: Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, 2023, pp. 445–453. doi: 10.1007/978-3-031-27860-0_40.
- [2] H. Kholidah, B. A. Fianto, S. Herianingrum, S. Ismail, and P. A. Mohd Hidzir, "Do Islamic fintech lending promote microenterprises performance in Indonesia? Evidence of difference-in-difference model," *Int. J. Islam. Middle East. Financ. Manag.*, vol. 18, no. 1, pp. 224–246, 2025, doi: 10.1108/IMEFM-08-2023-0310.
- [3] R. Ardianto *et al.*, "Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan," *MARAS J. Penelit. Multidisiplin*, vol. 2, no. 1, pp. 80–88, 2024, doi: 10.60126/maras.v2i1.114.
- [4] N. F. Tsakila, M. A. Wirahadi, A. A. Fadilah, and H. Simanjuntak, "Analisis Dampak Fintech terhadap Kinerja dan Inovasi Perbankan di Era Ekonomi Digital," *Indones. J. Law Justice*, vol. 1, no. 4, p. 11, 2024, doi: 10.47134/ijlj.v1i4.2787.
- [5] A. L. Putri, F. I. Farija, M. R. Kusuma, and M. A. Dewi, "User-Centered Evaluation of Islamic Mobile Banking Application with the HEART Framework," in *Proceeding - 2025 IEEE 11th Information Technology International Seminar, ITIS 2025*, Binus Online Bina Nusantara University, Information Systems Department, Jakarta, Indonesia: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2025, pp. 225–230. doi: 10.1109/ITIS67966.2025.11309061.
- [6] M. Aisyah, Y. S. Sesunan, and A. T. S. Wicaksono, "Customers' trust in Islamic banking post-cyberattack leads to digital service breakdowns in Indonesia," *Sustain. Futur.*, vol. 10, 2025, doi: 10.1016/j.sftr.2025.101530.
- [7] R. Oktaria, A. T. A. Numberi, M. Triyoga, A. Rouf, R. Ainisyifa, and A. Suryati, "Manajemen Produksi Home Industry Opak Koin Di Desa Sidorahayu Lampung Utara," *J. Ekon. Dan Manaj.*, vol. 6, no. 1, pp. 23–40, 2024, [Online]. Available: <https://journalpedia.com/1/index.php/jem>
- [8] M. E. Widiana, *Pengantar Manajemen*. Jawa Tengah: CV. PENA PERSADA, 2020.
- [9] D. Damanik, *Manajemen Perbankan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- [10] S. Amarin and T. I. Wijaksana, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung)," *Bus. Manag. Anal. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 37–52, 2021, doi: 10.24176/bmaj.v4i1.6001.
- [11] F. S. Dwiyanti, L. Nirmalasari, and Z. Zakaria, "Kajian SDM BUMN: Telaah Mekanisme Pola Rekrutmen Bank BRI dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Perbankan," *Bappenas Work. Pap.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–15, 2024, doi: 10.47266/bwp.v7i1.313.
- [12] A. Satriady, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk . Cabang Tambun

- Mangunjaya),” *J. Ekon. Dan Bisnis Digit.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–18, 2022.
- [13] A. P. Utama and T. R. Murti, “Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah,” *J. IKRA-ITH Ekon.*, vol. 4, no. 2, pp. 79–86, 2021.
- [14] N. F. Z. Fuadi, A. Ghofur, M. Irfan, and L. N. Asyifa, “Examining customers’ intentions to use financial technology in Islamic banking: Evidence from Indonesia,” in *Fintech Applications in Islamic Finance: AI, Machine Learning, and Blockchain Techniques*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia: IGI Global, 2023, pp. 112–135. doi: 10.4018/9798369310380.ch008.
- [15] A. Rumra, T. A. Sandy, A. Sarif, K. D. Wibawa, A. C. Alwi, and T. Septianto, “Exploring public sentiment toward Islamic banking apps: A case study of BSI mobile in Indonesia,” *Multidiscip. Sci. J.*, vol. 8, no. 6, pp. 1–11, 2025, doi: 10.31893/multiscience.2026385.
- [16] F. Lusi, S. Agus, and H. Rizka, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada Bank Bri Unit Bandar Buat,” *J. Matua*, vol. 3, no. 4, pp. 802–813, 2021.
- [17] A. M. A. Wadud, “The Impact of Islamic Branding on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable,” in *Contributions to Management Science*, vol. Part F1204, International Islamic University of Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia: Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, 2023, pp. 95–104. doi: 10.1007/978-3-031-27860-0_8.
- [18] M. Zaki and S. Saiman, “Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian,” *Jiip - J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 4, no. 2, pp. 115–118, 2021, doi: 10.54371/jiip.v4i2.216.
- [19] A. Ahmad, Z. Naseer, and H. Zakariyah, “Impact of Electronic Service Quality on Customer Satisfaction of Islamic Banks in Pakistan,” in *Contributions to Management Science*, vol. Part F1204, International Islamic University of Malaysia (IIUM), Kuala Lumpur, Malaysia: Springer Science and Business Media Deutschland GmbH, 2023, pp. 435–443. doi: 10.1007/978-3-031-27860-0_39.
- [20] H. M. A. Hilmy and I. Saujan, “Customer Satisfaction on Digital Banking Services: Evidence from Islamic Financial Institutions in Sri Lanka,” *J. Islam. Econ. Laws*, vol. 8, no. 1, pp. 41–59, 2025, doi: 10.23917/jisel.v8i01.7099.
- [21] J. Aladwani, “Shifting landscape of customer preferences: analyzing internet Islamic banking satisfaction during COVID-19,” *Humanit. Soc. Sci. Commun.*, vol. 11, no. 1, 2024, doi: 10.1057/s41599-024-04069-z.
- [22] B. Sathwika, A. Hameed, R. Rajesh Sharma, T. Babu, R. Chinnaiyan, and A. Sungeetha, “Influence of Digital Transformation on the Banking Industry,” in *4th International Conference on Innovative Practices in Technology and Management 2024, ICIPTM 2024*, Alliance University, Alliance School of Business, Bengaluru, India: Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., 2024. doi: 10.1109/ICIPTM59628.2024.10563790.
- [23] S. M. Khan, M. Ali, C.-H. Puah, H. Amin, and M. S. Mubarak, “Islamic bank customer satisfaction, trust, loyalty and word of mouth: the CREATOR model,” *J. Islam. Account. Bus. Res.*, vol. 14, no. 5, pp. 740–766, 2023, doi: 10.1108/JIABR-01-2022-0017.
- [24] M. Karmagatri, C. F. A. Aziz, W. R. P. Asih, and I. A. Jumri, “UNCOVERING USER PERCEPTIONS TOWARD DIGITAL BANKS IN INDONESIA: A NAÏVE BAYES SENTIMENT ANALYSIS OF TWITTER DATA,” *J. Theor. Appl. Inf. Technol.*, vol. 101, no. 12, pp. 4960–4968, 2023, [Online]. Available:

- <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85164829418&partnerID=40&md5=25afadee701ca8af7d555f6c225fa2c2>
- [25] R. Ghosh, “The determinants of customer’s adoption of e-services of the banking sector in the age of tech 4.0,” in *Banktech 4.0: The Next Wave of Transformative Banking*, Institute of Management Study, Maulana Abdul Kalam Azad University of Technology, Kolkata, India: Nova Science Publishers, Inc., 2024, pp. 177–192. [Online]. Available: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85199825517&partnerID=40&md5=cbb858b4c09114c4b7ee0084ef367b31>
- [26] N. Patra and N. Ray, “Customer Perception of the Quality of Online Banking Services (with Special Reference to SBI and ICICI): A Study on Chaos and a Complexity Perspective,” in *Springer Proceedings in Complexity*, E. S.S. and A. S.N., Eds., Independent Researcher, Kolkata, West Bengal, India: Springer, 2020, pp. 155–173. doi: 10.1007/978-3-030-27672-0_13.
- [27] S. Sardana and V. N. Bajpai, “E-banking service quality and customer satisfaction: An exploratory study on India,” *Int. J. Serv. Oper. Manag.*, vol. 35, no. 2, pp. 223–247, 2020, doi: 10.1504/IJSOM.2020.105272.