

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *M* BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG BANJARMASIN

Hikmayanti Huwaida¹⁾, Sri Imelda²⁾, Rofi'i³⁾, Said Muhammad⁴⁾

email : hikmayanti@poliban.ac.id, imelda@poliban.ac.id, rofii@poliban.ac.id,
muhamad.bahasyim@gmail.com

¹Program Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Banjarmasin

^{2,3}Program Studi Adminitrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

⁴Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Negeri Banjarmasin

Ringkasan

Tujuan penelitian mengetahui pengaruh secara simultan, parsial dan dimensi dominan kualitas layanan *M* Banking (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Objek dari penelitian ini adalah kualitas layanan *M* Banking dan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna Mobile banking BSI di Kota Banjarmasin. Responden sebesar 164 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain dan sistem aplikasi) secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Kenyamanan, keamanan dan desain layanan *m* banking berpengaruh positif secara parsial namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan kemudahan dan sistem aplikasi berpengaruh positif dan signifikan. Dimensi yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin adalah kemudahan layanan dalam penggunaan *m* banking.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, Desain, Sistem Aplikasi, Kepuasan Nasabah.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi informasi sangatlah penting dalam sektor perbankan. Pelayanan berkualitas diberikan pada nasabahnya dengan layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi seperti mobile banking (*m*-banking). Layanan ini meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Mobile banking memungkinkan nasabah mengakses aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Mobile banking memberikan kemudahan dan manfaat bagi nasabah karena dapat diakses menggunakan jaringan internet tanpa harus datang ke bank (Marginingsih, 2020). Mobile banking memiliki keunggulan dimana nasabah bisa melakukan transaksi kapanpun (Putri, Yeni and Indrawati, 2023).

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas berupa keistimewaan produk, dapat membuat keinginan nasabah terpenuhi, mendapatkan kepuasan menggunakan produk. Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan, ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah (Sabar, Jiwa and Arnawa, 2021). Kualitas layanan tolak ukur kepuasan nasabah. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan puas. Begitu pula sebaliknya jika kinerja kurang maka pelanggan tidak puas (Marginingsih, 2020). Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang melekat pada barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen, diharapkan dapat mengendalikan pasar (Harahap, 2020).

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor untuk mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai kualitas layanan yang diinginkan, pengelola jasa memerlukan upaya pemenuhan keinginan konsumen serta penyampaian yang tepat untuk memenuhi keinginan konsumen (Seke, Massie and Roring, 2023). Kualitas pelayanan sangatlah penting. Dalam penggunaan layanan BSI Mobile terdapat beberapa kendala yang dialami nasabah seperti masalah error pada internet atau mobile banking. Penyebab masalah error di BSI Mobile diketahui dari beberapa faktor seperti maintenance server, buruknya koneksi internet, aplikasi yang digunakan belum diupdate, masalah kuota internet, PIN dan password yang salah, SIM dipasang dalam posisi yang salah.

Layanan m-Banking mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah saat ini. Nasabah tetap melakukan transaksi pada bank pilihannya, karena alasan tingkat keamanan, fasilitas, kemudahan transaksi (Harahap, 2020). Nasabah akan tetap menggunakan aplikasi mobile banking jika kepuasan pengguna aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia baik. Semakin berkualitas layanan m-Banking, maka nasabah akan puas. Kualitas layanan excelent didapatkan ketika harapan terlampaui (Nurhaeda, Sugiyono and Hasbi, 2021). Keamanan siber, kepercayaan, dan desain web dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, retensi pelanggan, dan kepuasan (Maulinda & Afifah, 2021).

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kualitas layanan M Banking (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan M Banking (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin?
- c. Dimensi manakah dari kualitas layanan M Banking yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin?

2. KAJIAN PUSTAKA

Tinjauan Studi

Ease of use has a positive and insignificant effect on customer satisfaction, efficiency of use has a positive and insignificant effect on customer safety of use has a significant positive effect on customer satisfaction and ease, efficiency and safety of use have a significant positive effect on customer satisfaction at PT Bank Sulselbar Soppeng Branch (Sawu et al., 2023). Yang memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah kemudahan penggunaan, dan efisiensi penggunaan. Sedangkan keamanan penggunaan dan kemudahan, efisiensi dan keamanan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Sawu et al., 2023).

Secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, prosedur pinjaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KUR di BRI unit Gerokgak (Sabar, Jiwa and Arnawa, 2021).

Aspek pelayanan bank syariah yang memiliki tingkat kepuasan nasabah tertinggi adalah keramahan staf bank, nama dan citra bank, kecakapan karyawan, kerahasiaan data nasabah, serta berbagai macam fasilitas yang ditawarkan bank syariah (Bakhri et al., 2021).

Faktor kualitas pelayanan (*reliability and responsiveness, assurance and security, convenience in banking, mobile banking efficiency dan easy to use*) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang baik menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah organisasi (Marginingsih, 2020). Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian bahwa empathy, reliability, responsiveness, assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Nasfi et al., 2020).

Kualitas layanan seperti *tangible, assurance, responsiveness, efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *reability* berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. *Emphaty* tidak berpengaruh dengan kepuasan nasabah (Mauliddina et al., 2022). Hal ini diperkuat bahwa kualitas layanan BankKalbar Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Kalbar (Maulinda & Afifah, 2021).. Layanan m-Banking berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 73,8% (Harahap, 2020). Kualitas layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Putri et al., 2023).

Mobile Banking

Menurut Otoritas Jasa Keuangan definisi mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone (Mauliddina et al., 2022). *Mobile banking* adalah layanan jarak jauh, akses ke informasi akun maupun transaksi dilakukan dengan waktu dan tempat dimana menggunakan telepon seluler (Maulinda & Afifah, 2021). *M banking* adalah produk yang ditawarkan bank untuk melakukan transaksi keuangan/non-keuangan menggunakan perangkat seluler (Rahmawati & Fianto, 2020). *Mobile banking* adalah fasilitas layanan dengan kemudahan akses, kecepatan informasi dan transaksi financial secara reel time. *Mobile Banking* dapat diakses melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS ((Putri, Yeni and Indrawati, 2023).

Indikator yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *mobile banking* antara lain kenyamanan (*convenience*), kemampuan mengakses (*accessibility*), ketersediaan fitur (*feature availability*), privasi (*privacy*), kecepatan (*speed*), tarif dan biaya (*fees and charge*), manajemen dan citra bank (*bank management and image*), desain (*design*), konten (*content*) (Mauliddina et al., 2022).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang dapat ditawarkan oleh pihak kepada lain, berupa jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terhadap kepemilikan apapun, begitu juga pemahaman kualitas pelayanan oleh menurut Lupiyadi adalah penilaian konsumen dari apa yang mereka terima dari pelayanan serta pengharapan terhadap tingkat pelayanan yang akan diterima, Prasasto mengatakan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai persepsi konsumen atas layanan yang mereka terima.

Deming, Crosby dan Juran mengemukakan bahwa kualitas adalah keinginan konsumen maupun kebutuhan konsumen yang diharapkan. Crosby mengatakan kualitas sebagai nilai yang tidak cacat, dan sempurna serta sesuai dengan syarat yang dijanjikan. Juran mengatakan kualitas sebagai kecocokan terhadap spesifikasi, bila dipandang dari sudut produsen, secara obyektif kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*), dan karakteristiknya bisa diukur.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang diterima oleh konsumen dari penawaran produk dan jasa oleh produsen atas kebutuhan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen yang dilakukan oleh produsen berdasarkan kemampuannya dan kendala yang dihadapi saat itu dengan memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dalam menawarkan produk tabungan dan deposito menerapkan strategi pemasaran bagaimana produk dan jasa tersebut berkualitas. Kualitas adalah ciri secara total maupun karakteristik dari produk (*goods and services*) yang menupang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas bisa juga didefinisikan sebagai kegiatan yang memuaskan keinginan dari pelanggan maupun konsumen.

Bentuk kualitas yaitu *performance, features, reliability, spesifikasi, durability, serviceability estetika, perceived quality*. Faktor utama yang menentukan kualitas jasa menurut Zeithaml terdiri dari *reliability, responsiveness, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding/ knowing the customer, tangibles*. Parasuraman menyimpulkan 10 kualitas layanan menjadi 5 yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* ((Nasfi, Rahmad and Sabri, 2020).

Kotler dan Keller mengemukakan manfaat kualitas layanan seperti mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk, pemenuhan pesanan pelanggan, hubungan harmonis pasca penjualan agar pelanggan puas ((Harahap, 2020).

Menurut Tsoukatos dan Rand kualitas layanan sebagai kesan pelanggan atas keunggulan layanan perusahaan dibandingkan dengan layanan pesaing. Menurut Pollack mengemukakan kualitas layanan terdiri dari tiga dimensi yaitu kualitas hasil layanan, kualitas interaksi layanan dan kualitas lingkungan fisik (Mauliddina et al., 2022).

Menurut Indrasari, beberapa indikator kualitas layanan yang harus diperhatikan yaitu:

- a. Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- d. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan
- e. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan terdapat kepada pelanggan (Mauliddina et al., 2022).

Menurut Arcand, Promtep, & Brun kualitas layanan *m-banking* merupakan penilaian konsumen keseluruhan terhadap kualitas dan keunggulan konten yang ada dalam aplikasi *m-banking*. Dimensi yang diukur terdiri dari kenyamanan, keamanan, keamanan proses perancangan, kemudahan, desain dan sistem aplikasi (Rahmawati & Fianto, 2020).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan dan keinginan dengan layanan yang didapatkan. Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan pelanggan dengan membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi. Menurut Nasution kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan melalui produk yang dikonsumsi (Nasfi et al., 2020).

Kepuasan nasabah tentunya dikategorikan secara umum adalah pelanggan, merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksiesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang (Seke et al., 2023).

Menurut Indrasari beberapa faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional konsumen, dan harga produk (Mauliddina et al., 2022).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di sektor perbankan antara lain hubungan dan layanan pelanggan yang baik, staf kompeten dan tanggap, perbankan yang nyaman (Haryati & Nurhikmah, 2023).

Menurut Kolter strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain relationship marketing strategy, superior customer service strategy, dan unconditional guarantees atau extraordinary guarantees (Mauliddina et al., 2022).

Hipotesis

Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin harus dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut kualitas layanan *m banking* yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, sistem aplikasi secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat Explanatory dengan pendekatan kuantitatif. Data diambil di kota Banjarmasin. Unit analisisnya adalah nasabah BSI Cabang Banjarmasin.

a. Variabel Penelitian

Variabel dari penelitian ini adalah kualitas layanan M Banking dan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

b. Populasi Dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Sampel penelitian adalah pengguna Mobile banking Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Terdapat 164 nasabah yang mengisi kuesioner melalui google form yang disebar.

c. Sumber Data

Sumber data primer pada penelitian ini didapat melalui hasil dari kuesioner yang diberikan kepada nasabah pengguna mobile banking BSI. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder berupa buku, literature sebagai dasar-dasar teoritis yang diperlukan dalam penyelesaian masalah penelitian, selain itu teknologi juga dapat dipergunakan untuk mengetahui perkembangan baru mengenai objek penelitian.

d. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data terdiri dari observasi, kuesioner, dokumentasi.

e. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) secara resmi didirikan pada 1 Februari 2021 (19 Jumadil Akhir 1442 H). BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BR Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Izin merger BSI pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021 oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). BSI memiliki kinerja yang baik sepanjang tahun 2022 dengan pertumbuhan bisnis sehat dan sustain, profitabilitas yang baik, serta kualitas kinerja yang terjaga. (PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk, 2022).

Responden Penelitian

Responden penelitian terdiri dari 35,98% laki-laki, dan 64,02% perempuan. Responden sebesar 164 orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas item instrumen dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Validitas Item Instrumen

Item	r hitung	r tabel	Validitas
X1.11	0,926	0,1533	Valid
X1.13	0,918	0,1533	Valid
X1.21	0,805	0,1533	Valid
X1.22	0,862	0,1533	Valid
X1.23	0,895	0,1533	Valid
X1.31	0,863	0,1533	Valid
X1.32	0,868	0,1533	Valid
X1.33	0,892	0,1533	Valid
X1.41	0,828	0,1533	Valid
X1.42	0,883	0,1533	Valid
X1.43	0,886	0,1533	Valid
X1.51	0,858	0,1533	Valid
X1.52	0,857	0,1533	Valid
X1.53	0,906	0,1533	Valid
Y11	0,849	0,1533	Valid
Y12	0,910	0,1533	Valid
Y13	0,923	0,1533	Valid

Dari tabel di atas, nilai seluruh nilai r -hitung $>$ r -tabel hal ini membuktikan bahwa seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 2. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,954	17

Sumber: Data diolah tahun 2023

Dari tabel di atas, diketahui bahwa nilai α sebesar $0,954 > 0,05$. Dengan demikian seluruh item dinyatakan reliabel.

Berdasarkan penghitungan uji validitas dan reliabilitas, dapat diketahui bahwa seluruh item telah valid dan reliabel, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap uji selanjutnya.

Pembahasan

a. Analisis Korelasi Ganda (R)

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,742 ^a	0,551	0,537	1,05915

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R sebesar 0,742. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas layanan *M Banking* (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

b. Analisis Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,551. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh kualitas layanan *M Banking* (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin sebesar 55,1%. Sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)
 nilai F dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	217.555	5	43.511		0,000
	Residual	177.243	158	1.122	38.787	
	Total	394.799	163			

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel diperoleh F hitung sebesar 38,787. F tabel sebesar 2,271. Karena F hitung > F tabel ($38,787 > 2,271$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan (Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, Desain dan Sistem aplikasi) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Putra & Sugiyono, 2022). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di KSP Dana Arta Mandiri. Pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 18,0% (Yustika and Mardiana, 2023). Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Heryanti, 2023). Dampak kualitas layanan aplikasi Bank Kalbar mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Kalbar (Maulinda & Afifah, 2021). Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap tingkat kepuasan nasabah menurut perspektif hukum positif dan hukum Islam berpengaruh positif dan signifikan (Widiyanto & Iswandi, 2022).

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 5. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,439	0,686		2,098	0,037		
	Kenyamanan	0,113	0,110	0,087	1,032	0,304	0,402	2,488
	Keamanan	0,152	0,115	0,145	1,317	0,190	0,235	4,258
	Kemudahan	0,241	0,090	0,246	2,661	0,009	0,331	3,021
	Desain	0,166	0,103	0,162	1,617	0,108	0,283	3,533
	Sistem Aplikasi	0,211	0,104	0,198	2,031	0,044	0,298	3,358

Sumber: Data diolah tahun 2023

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

$$Y' = 1,439 + 0,113x_1 + 0,152x_2 + 0,241x_3 + 0,166x_4 + 0,211x_5$$

Keterangan:

- Y' =
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien Regresi
- X₁ = Kenyamanan
- X₂ = Keamanan
- X₃ = Kemudahan
- X₄ = Desain

X₅ = Sistem Aplikasi

Pengujian variabel secara parsial dapat diuraikan sebagai berikut:

Kriteria Pengujian:

- a) Ho diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
- b) Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

1) Kenyamanan mempengaruhi kepuasan nasabah

Oleh karena nilai $t \text{ hitung} (1,032) < t \text{ tabel} (1,975)$, maka Ho diterima. Tidak ada pengaruh secara signifikan kenyamanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Kenyamanan dalam penggunaan layanan *m banking* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

2) Keamanan mempengaruhi kepuasan nasabah

$T \text{ hitung} (1,317) < t \text{ tabel} (1,975)$ maka Ho diterima. Tidak ada pengaruh secara signifikan keamanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Walaupun keamanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Keamanan data nasabah harus menjadi prioritas agar data terlindungi dan terjamin dari sisi kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data (Chusnah, 2020).

3) Kemudahan mempengaruhi kepuasan nasabah

$T \text{ hitung} (2,661) > t \text{ tabel} (1,975)$ maka Ho ditolak. Terdapat pengaruh secara signifikan kemudahan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. Beberapa kemudahan *Mobile banking* seperti bukti transaksi tersimpan secara otomatis, *design interface mobile banking* mudah dipahami dan digunakan, dan dapat diandalkan untuk transaksi di ATM (Susanto & Zulkamal, 2022).

4) Desain mempengaruhi kepuasan nasabah

$T \text{ hitung} (1,617) < t \text{ tabel} (1,975)$ maka Ho diterima. Tidak ada pengaruh secara signifikan desain terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

5) Sistem Aplikasi mempengaruhi kepuasan nasabah

$t \text{ hitung} (2,031) > t \text{ tabel} (1,975)$ maka Ho ditolak. Terdapat pengaruh secara signifikan sistem aplikasi terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dependen Y	Independen	B	t-hitung	Sig.	Pengaruh
	Kenyamanan (X ₁)	0,113	1,032	0,304	Positif dan tidak signifikan
	Keamanan (X ₂)	0,152	1,317	0,190	Positif dan tidak signifikan
	Kemudahan (X ₃)	0,241	2,661	0,009	Positif dan signifikan
	Desain (X ₄)	0,166	1,617	0,108	Positif dan tidak signifikan
	Sistem aplikasi (X ₅)	0,211	2,031	0,044	Positif dan signifikan

Sumber: Data diolah tahun 2023

Dimensi yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin adalah kemudahan layanan dalam penggunaan *m banking*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini sebesar 164 orang. Responden penelitian terdiri dari 35,98% laki-laki, dan 64,02 % perempuan. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *m banking* Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin.
2. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($38,787 > 2,271$), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain dan sistem aplikasi) secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. R^2 (*r square*) sebesar 0,551. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh kualitas layanan *m banking* (kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, dan sistem aplikasi) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin sebesar 55,1%.
3. Secara parsial yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah adalah kenyamanan, keamanan dan desain. Sedangkan yang berpengaruh positif dan signifikan adalah kemudahan dan sistem aplikasi
4. Dimensi yang paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin adalah kemudahan layanan dalam penggunaan *m banking*

Saran

Saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebaiknya dilakukan pengembangan penelitian yang berkaitan dengan variabel lainnya dalam mempengaruhi kepuasan nasabah seperti promosi, dan komunikasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

1. Bakhri, B.S., Astuti, D. and Khairunnisa, & (2021) 'PERBANKAN SYARIAH: SEBUAH KAJIAN KEPUASAN PELAYANAN NASABAH DI KOTA PEKANBARU', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), pp. 541–550.
2. Chusnah, K.T.I. (2020) 'PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FINTECH', *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), pp. 111–122.
3. Harahap, Z. (2020) 'PENGARUH PELAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PRABUMULIH', *ISLAMIC BANKING: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), pp. 101–118. Available at: <https://doi.org/10.36908/isbank>.
4. Heryanti, A.H. (2023) 'Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment)', *Journal on Education*, 05(03), pp. 8080–8096.
5. Marginingsih, R. (2020) 'Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)', *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), pp. 24–31. Available at: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter24>.
6. Mauliddina, P., Mustika, D. and Dariati, A.M. (2022) 'The Effect of Mobile banking Service Quality on Customer Satisfaction with Indonesian Sharia Bank(BSI) at Thursina Hospital', *BSI at Thursina Hospital*, 6(1), pp. 79–97. Available at: <http://www.journal.staihubbulwathan.id/index.php/finest/index>.

7. Maulinda, Y. and Afifah, N. (2021) 'Dampak Kualitas Layanan Aplikasi Bank Kalbar Mobileterhadap Kepuasan Nasabah', in *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, pp. 216–223.
8. Nasfi, Rahmad and Sabri (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), pp. 19–38.
9. Nurhaeda, Sugiyono and Hasbi, M. (2021) 'ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN METODE END USER COMPUTING SATISFACTION (EUCS)', *DiJITAC*, 2(2), pp. 29–36.
10. PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk (2022) *LAPORAN TAHUNAN 2022, KOLABORASI UNTUK AKSELERASI PERTUMBUHAN*.
11. Putra, A.W.P. and Sugiyono (2022) 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(2), pp. 1–17.
12. Putri, Y.A., Yeni, A. and Indrawati, N. (2023) 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENILAIAN NASABAH DENGAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) CABANG SOLOK', *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), pp. 171–183.
13. Sabar, Jiwa, I.D.N.A. and Arnawa, G. (2021) 'KUALITAS PELAYANAN PROSEDUR PINJAMAN DAN KEPUASAN', *Widya Amerta Jurnal Manajemen Fak. Ekonomi*, 8(2), pp. 123–134.
14. Sauw, O. *et al.* (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng', *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), pp. 39–53. Available at: <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.91>.
15. Seke, H.E., Massie, J.D.D. and Roring, F. (2023) 'ANALISIS KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN SERTA PERAN INTERNET BANKING BAGI KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK BRI UNIT TOMBATU) ANALYSIS SERVICE QUALITY, COMPANY IMAGE AND THE ROLE OF INTERNET BANKING FOR CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT BANK BRI UNIT TOMBATU)', *Jurnal EMBA*, 11(1), pp. 746–756.
16. Susanto, N. and Zulkamal, N.A. (2022) 'STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING BANK X PAHLAWAN DENGAN INTEGRASI SERVQUAL, KANO DAN QFD', *Industrial Engineering Online Journal*, 11(4).
17. Widiyanto, H. and Iswandi, I. (2022) 'KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING DALAM TINJAUAN HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM', *Metta Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 1(3), pp. 475–484.
18. Yustika, T. and Mardiana, R. (2023) 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KOPERASI SIMPAN PINJAM DANA ARTA MANDIRI KABUPATEN PURWAKARTA', *SMART Jurnal Manajemen*, 3(2), pp. 101–110