

---

# Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung

Ulfa Lutfiani<sup>1</sup>, Nina Ramadhani W<sup>2</sup>, Ruslaini<sup>3</sup>, Ulil Albab<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Ekonomi Syariah, Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Lampung

---

## Article Info

### Article history:

Received : 26/10/2024

Revised : 29/10/2024

Accepted : 30/10/2024

### Keywords:

Customer Satisfaction; Mobile Banking Services; Technology

## ABSTRACT

*This research aims to examine the influence of mobile banking service variables (Y) on customer satisfaction variables (X). The results of this study indicate that mobile banking services have an impact on customer satisfaction and can enhance customer satisfaction. Proven by the results of the correlation coefficient test or the r test through the model summary table, the r value obtained is 0.853, with a correlation value of 72.8% indicating the influence of the mobile banking service variable (Y) on customer satisfaction (X), and 27.2% influenced by other variables not explained in this study. It can be concluded that mobile banking services have a significant impact on customer satisfaction and enhance the satisfaction of customers of BSI*

### DOI:

10.37366/jespb.v9i02.1923

### Corresponding Author:

Ulfa Lutfiani

Ekonomi Syariah, Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Lampung

Email: ulfalutfiani234@gmail.com

---

## 1. PENDAHULUAN

Perbankan merupakan lembaga industri di bidang jasa yang menjalankan kegiatan perekonomian di suatu negara. Perusahaan perbankan dalam menjalankan kegiatan usahanya melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan dengan penghimpunan dana, penyaluran dana, serta penyedia jasa keuangan. Hal ini sesuai dengan fungsi utama bank, yang bertugas mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pinjaman (Mundir et al. 2021).

Di Indonesia terdapat dua jenis perusahaan perbankan umum yaitu, perbankan konvensional dan perbankan syariah, keduanya memiliki peran penting terhadap perekonomian di Indonesia. Namun, sistem operasional bank konvensional berbeda dengan bank syariah dimana bank konvensional berdasarkan pada sistem bunga sedangkan bank syariah berdasarkan pada sistem bagi hasil (Sihotang et al. 2023). Menurut Diva et al. (2022) Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang berlandaskan pada al - Qur'an dan sunnah, dalam beroperasi bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, yaitu membagi keuntungan antara pihak bank dan nasabah yang sesuai dengan aturan hukum Islam.

Saat ini industri perbankan telah mengalami perkembangan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi, dapat dilihat dengan adanya perubahan cara beroperasi bank saat melakukan transaksi. Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) sebelum era tahun 2000, transaksi dapat terjadi hanya pada saat nasabah datang ke kantor dan bertemu dengan karyawan bank. Namun saat ini, dengan kemajuan teknologi nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja (Mufrodi, 2021). Kemajuan teknologi yang semakin pesat memberikan peluang bagi industri perbankan melalui mobile banking dalam menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan puas yang muncul pada hati nasabah dengan membandingkan kinerja yang diberikan sesuai dengan harapannya (Ismulyaty et al. 2022).

*Mobile banking* merupakan platform yang diciptakan dari sebuah inovasi teknologi yang menggabungkan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi sebuah layanan digital yang dapat digunakan sebagai media transaksi, *mobile banking* memiliki fitur-fitur yang memberikan kemudahan, keamanan, dan kepercayaan kepada nasabah pada saat nasabah melakukan transaksi bank. Platform *mobile banking* hanya dapat diakses melalui perangkat seluler seperti, handphone dan tablet yang terhubung dengan jaringan internet, bagi setiap pengguna yang memiliki handphone maka pengguna dapat mengakses *mobile banking* pada handphone pengguna dengan cepat dan mudah (Mukhtisar et al. 2021).

Menurut Susanti et al. (2021) Kepuasan nasabah di anggap sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan perbankan untuk bertahan dari ketatnya persaingan antar bank. Perusahaan bank harus mampu menciptakan kepuasan nasabah untuk meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga nasabah akan menggunakan kembali produk atau jasa perbankan. Menurut Yunita et al. (2021) dalam penelitiannya menyatakan terdapat lima indikator layanan *mobile banking* yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu efisiensi (*efficiency*), pemenuhan janji (*fulfillment*), Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*), privasi (*privacy*), jaminan (*assurance*), dan tampilan situs (*site aesthetic*). Kelima indikator layanan *mobile banking* tersebut dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Adapun berbagai kemudahan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* kepada nasabah dalam bertransaksi, *mobile banking* juga memiliki kekurangan dalam keterbatasan akses, nasabah yang ingin mengakses layanan *mobile banking* melalui smartphone harus terhubung dengan jaringan internet, jika pengguna tidak terhubung dengan jaringan internet maka transaksi tidak dapat dilakukan. Akan tetapi keterbatasan tersebut tidak menjadikan nasabah berhenti menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah tetap merasa puas dalam menggunakan *mobile banking* dalam berbagai aktivitas transaksi.

Berdasarkan data pengguna *mobile banking* PT. Bank Syariah Indonesia tahun 2024, total pengguna *mobile banking* mencapai 7,12 juta jiwa. Hal ini menandakan banyaknya minat masyarakat dalam penggunaan layanan *mobile banking* yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi bank. Layanan *mobile banking* dapat diakses oleh nasabah selama 24 jam dan dapat digunakan kapan saja dan dimana saja. Hal ini didukung oleh penelitian Gusmar et al. (2023) menyatakan meningkatnya penggunaan *mobile banking* dikarenakan oleh keamanan, kemudahan, dan kecepatan yang dirasakan oleh nasabah pada Bank Sumut kantor cabang syariah Katamso saat menggunakan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian di atas, urgensi dalam penelitian ini mengenai pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan variabel kepuasan nasabah (X) terhadap layanan *mobile banking* (Y) dan seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Khumaini et al. (2022) berdasarkan pengertian dari Kotler dan Keller (2017) Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah. Pada dasarnya munculnya kepuasan nasabah ketika nasabah merasa harapannya telah terpenuhi bahkan melebihi ya diharapkan. Perasaan puas nasabah berbeda-beda seperti merasa senang, lega, gembira, kenyang, dan sebagainya karena sudah terpenuhi hasrat hatinya. Maka kepuasan perihal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya. Indikator Kepuasan Nasabah Menurut Diva dalam suryani (2017) terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah. Adapun indikator kepuasan nasabah tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
- 2) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*) Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.
- 3) Minat pembelian ulang (*repurchase intent*) Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi
- 4) Kesiediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*) Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
- 5) Ketidakpuasan nasabah (*customer dissatisfaction*) Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan nasabah, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth* negatif, dan *defections*. Pengertian Layanan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa melayani adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan seseorang, sedangkan pelayanan merupakan perihal usaha melayani kebutuhan orang lain. Menurut Dwi Suhartanto dalam Adela (2020), layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Menurut Makmuriyah & Vanni dalam Sumarwan (2011: 346) *Mobile Banking* merupakan fasilitas yang di sediakan perbankan yang memiliki fungsi untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berbagai aktivitas transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor, transaksi menggunakan fasilitas *mobile banking* membuat kanal tanpa batas terhadap pelayanan yang dibutuhkan antara nasabah dengan pihak bank. Keunggulan yang dimiliki oleh fasilitas *m-banking* yakni nasabah bisa melakukan aktifitas transaksi dimana pun dan kapan pun tanpa dibatasi oleh waktu pelayanan jam operasional bank. Indikator Layanan Mobile Banking Menurut indikator layanan electronic banking adalah sebagai berikut :

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
- 2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kesiediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan

informasi yang dijanjikan pada nasabah.

- 3) Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank.
- 4) Privasi (*privacy*), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keragu-raguan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
- 6) Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kemampuan bank membuat situs yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada web site.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri dari variabel-variabel yang diukur dengan angka, dan di analisis dengan menggunakan penulisan statistika untuk menentukan apakah teori penelitian tersebut benar. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kasual, sebuah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa erat pengaruh atau hubungan antara variabel kepuasan nasabah (*X*) terhadap variabel layanan *mobile banking* (*Y*). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 14.000 jiwa pengguna *mobile banking* yang diambil dari Bank Syariah kantor cabang Tanjung Karang. Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *simple random sampling* yang dilakukan secara acak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (angket) dengan melakukan penyebaran kuesioner secara online menggunakan google form, jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99,2 dan di bulatkan menjadi 100 sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Regresi Sederhana, Uji *t* dan Uji *r*.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Instrumen Data

Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 sampel pengguna layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, dengan perolehan data berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lamanya menjadi nasabah pengguna layanan *mobile banking*. Maka di peroleh pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Nasabah

Deskripsi Nasabah	total	%
<b>1. Jenis kelamin</b>		
laki-laki	35	35%
perempuan	65	65%
<b>2. usia</b>		
17 - 25	67	67%
26 - 35	8	8%
35 - 40	16	16%
>45	9	9%
<b>3. pekerjaan</b>		

pelajar/mahasiswa	46	46%
PNS/TNI/POLRI	11	11%
ibu rumah tangga	10	10%
pegawai swasta/wiraswasta	33	33%
<b>4. Lamanya menjadi nasabah</b>		
1 tahun	23	23%
lebih dari 1 tahun	23	23%
di bawah 1 tahun	54	54%

#### 4.2. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji Pearson correlation yang digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui valid tidaknya data. Data yang diambil menggunakan penyebaran kuesioner (angket) kepada pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Data dinyatakan valid jika suatu kuesioner bisa memberikan penjelasan pada suatu pernyataan kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi untuk mengetahui valid atau tidaknya data. Jika nilai uji signifikansi menghasilkan nilai positif dan rhitung > dari rtabel maka data di katakan valid dan sebaliknya jika nilai uji signifikansi menghasilkan nilai negatif dan rhitung < rtabel maka data tersebut tidak valid. Dalam penelitian ini Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dan rtabel untuk degree of freedom (df) = n-2, di mana n adalah jumlah responden. Maka df = 100 - 2 dengan tingkat signifikansi adalah 10% ( $\alpha=0.1$ ). Sehingga rtabel 0.1966 yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

variabel	pernyataan	rhitung	rtabel	keterangan
Kepuasan Nasabah (X)	X1	0,792	0,1966	valid
	X2	0,837	0,1966	valid
	X3	0,777	0,1966	valid
	X4	0,781	0,1966	valid
	X5	0,724	0,1966	valid
	X6	0,726	0,1966	valid
Layanan mobile banking (Y)	Y1	0,809	0,1966	valid
	Y2	0,805	0,1966	valid
	Y3	0,825	0,1966	valid
	Y4	0,802	0,1966	valid
	Y5	0,757	0,1966	valid

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka dapat diketahui pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan membandingkan setiap nilai rhitung (Pearson correlation) dengan menghasilkan nilai rhitung < rtabel dengan perolehan nilai rtabel (0,1966).

#### 4.3. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas merupakan alat ukur untuk mengetahui konsistensi sebuah data kuesioner dari hasil penelitian selanjutnya dengan keakuratan yang sama:

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

VARIABEL	CRONBACH's alpha	n of items	keterangan
kualitas layanan (x)	0,863	6	reliabel
layanan mobile banking (y)	0,859	5	reliabel

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil pertanyaan/ Pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha setiap komponen lebih besar dari pada 0,7.

#### 4.4. Uji Regresi Sederhana

Uji regresi sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh variabel kepuasan nasabah (X) pada variabel layanan *mobile banking* (Y), yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependent (Y).

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Sederhana

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1257,697	1	1257,697	262,862	.000 <sup>b</sup>
	Residual	468,893	98	4,785		
	Total	1726,590	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH						
b. Predictors: (Constant), LAYANAN MOBILE BANKING						

Pada tabel 4 di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 262,862 dengan tingkat signifikan Psi 0,000. Dari hasil tersebut dapat digunakan untuk memprediksi adanya pengaruh variabel kepuasan nasabah (X) terhadap variabel layanan *mobile banking* (Y).

#### 4.5. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen (X) terhadap setiap variabel dependent (Y) dengan membandingkan Thitung dan Ttabel. Jika Thitung < Ttabel maka H0 diterima, dan jika Thitung > Ttabel maka H0 ditolak. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0.1 ( $\alpha = 10\%$ ).

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,108	0,987		2,136	0,035
	LAYANAN MOBILE BANKING	0,739	0,046	0,853	16,213	0,000
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH						

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa  $T_{hitung} = 16,213$  dan  $T_{tabel} = 1,9845$ . Maka  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,10$ . Hal ini dapat membuktikan bahwa variabel kualitas layanan (Y) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (X) secara signifikan. Sehingga dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4.6. Uji Koefisien korelasi (R)

Uji r dilakukan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel kepuasan nasabah (X) pada variabel layanan *mobile banking* (Y).

Tabel 6. Hasil Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	0,728	0,726	2,187
a. Predictors: (Constant), LAYANAN MOBILE BANKING				

Berdasarkan tabel 5 di atas diperoleh hasil nilai r sebesar 0,853 dan memperoleh nilai (R Square) sebesar 0,728. Hasil tersebut dapat menjelaskan hubungan antara variabel kepuasan nasabah (X) terhadap layanan *mobile banking* (Y) dengan korelasi nilai sebesar 72,8% sedangkan sisanya yaitu 27,2%, yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam model regresi penelitian ini.

#### 4.7. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis penelitian secara keseluruhan, maka pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, maka data dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan perolehan nilai  $r_{tabel}$  0,1966 dan nilai Cronbach's Alpha setiap komponen dinyatakan lebih besar dari pada 0,7.

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana menyatakan adanya pengaruh variabel layanan *mobile banking* (Y) terhadap variabel kepuasan nasabah (X) yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 262,862 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Berdasarkan hasil Uji parsial atau Uji t dari variabel kepuasan nasabah (X) dan variabel layanan *mobile banking* (Y) memperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,01$  ( $\text{sig} < \alpha = 10\%$ ) yang menyatakan  $H_0$  ditolak. Hal ini diartikan variabel layanan *mobile banking* (Y) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi atau uji r layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah yang memperoleh hasil nilai r sebesar 0,728 yang berarti adanya pengaruh sebesar 72,8% pada variabel layanan *mobile banking* (Y) terhadap variabel kepuasan nasabah (X), dengan sisa 27,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model regresi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan hubungan antara layanan *mobile banking* terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil penelitian ini kemudahan, kecepatan dan ketepatan yang

diberikan oleh *mobile banking* dapat menciptakan nilai positif dari nasabah dan berpengaruh terhadap Bank Syariah Indonesia. Layanan *mobile banking* memiliki fitur-fitur lengkap dan mudah di fahami nasabah dalam melakukan transaksi dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Dari hasil penelitian ini jika layanan *mobile banking* ditingkatkan maka kepuasan nasabah meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susanti et al. (2021) dalam penelitiannya menyatakan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan terus meningkatkan kinerja perbankan agar kepuasan nasabah terus meningkat dan tidak mengalami penurunan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, telah dilakukan pengambilan data dari nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini yaitu variabel layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah secara signifikan dibuktikan dengan hasil uji regresi sederhana yang menyatakan adanya hubungan antara variabel kepuasan nasabah (X) dan variabel layanan *mobile banking* (Y), selanjutnya dinyatakan dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan perolehan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,10$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hasil uji koefisien korelasi atau uji r melalui tabel model summary diperoleh hasil nilai r sebesar 0,853 dengan korelasi nilai sebesar 72,8% yang menyatakan adanya pengaruh variabel layanan *mobile banking* (Y) terhadap kepuasan nasabah (X) dan 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh kepada peningkatan kualitas layanan *mobile banking* BSI dalam menciptakan kepuasan nasabah.

## REFERENSI

- Diva, I., Ashal, F. F., & Ridha, I. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam. *Journal of Sharia Economics*, 3(2), 198–214. <https://doi.org/10.22373/jose.v3i2.2080>
- Gusmar, M. K., Maulina, I., & Mukhtasar, M. (2023). Analysis Of The Influence Of Mobile Banking Service Quality On The Level Of Customer Satisfaction At PT. Bank Sumut Katasamo Syariah Branch Office. *At-Tijarah: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 22–39. <https://doi.org/10.52490/attijarah.v5i1.1634>
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo) The Effect Of Service Quality and Internet Banking User Satisfaction On Loyalty Of Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). In *Jendral Sudirman No. 50 Kalitwungu* (Vol. 35142).
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Makmuriyah & Vanni. (2020). *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang)*.
- Mufrodi, A. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fasilitas Layanan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis di Surabaya*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>



- Mukhtisar. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jibhiz Global Journal Of Islamic Banking and Finance*, 3.
- Mundir, A., & Lilik Nur Hayati. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(2), 243-256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Sihotang, L., & Hudi, I. (2023). Penerapan m-banking dalam meningkatkan jasa, layanan perbankan di bank rakyat indonesia kantor cabang pekanbaru sudirman. In *Jurnal Akuntansi Aktiva* (Vol. 4, Issue 2).
- Susanti, S., Fasa, M. I., Suharto, S., & Fachri, A. (2021). analisis kualitas layanan mobile banking dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 13-27. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.5>
- Yunita Aritonang, R., Noer Afifah, I., dan Keuangan, P., & Negeri Medan, P. (2021). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-banking Pada PT Bank Sumut KC Kisaran*.
- Abdurrofi, Fida, Ulil Albab, Mawardi Mawardi, and Sri Choiriyati. "Utilization of Digital Marketing by Sharia Economics Students at UIN Raden Intan in Online Business." *ProBusiness: Management Journal* 14, no. 4 (2023).
- Agustiara, Seli, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "Creative Economic Development As An Attraction Of The Natar Hot Springs." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 3569-3577.
- Amorcha, Videa Dinda, Ulil Albab, Nina Ramadhani Wulandari, Abizar Abizar, and Muhammad Rizkal Fajri. "Implementasi Akad Gadai Sawah Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Desa Durian Kabupaten Pesawaran)." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 6 (2023): 4834-4842.
- Febriansyah, Rezki, Ulil Albab, and Sri Choiriyati. "Digital Marketing Strategy PT. Dewangga Travindo (Hajj and Umrah Agent)." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2024): 1718-1726.
- Ningtyas, Dyah Ayu, Ulil Albab, and Nina Ramadhani Wulandari. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prkatik Gadai Emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Lampung Tengah." *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2024): 18-32.
- Nugroho, Anggi Septia, and Ulil Albab. "The Impact of Economics Education on The Frugal Lifestyle Attitude of 12th-Grade Students." *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 9, no. 1 (2024): 141-146.
- Reka, Novia, Ulil Albab, and Sofyan Harahap. "tinjauan transaksi produk di bank sampah sejahtera kemiling perspektif ekonomi Islam." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 2 (2024): 1240-1249.
- Ulfa, Fatonah, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "public understanding of the wadi'ah agreement and the decision to save at indonesian sharia bank." *Jurnal Widya Balina* 8, no. 02 (2023).