



OPTIMIZING ISLAMIC BANK CUSTOMER SATISFACTION THROUGH MOBILE BANKING AND INTERNET BANKING SERVICES

Muchammad Damar Galih✉, Firman Setiawan

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

✉200721100193@student.trunojoyo.ac.id, firman.setiawan@trunojoyo.ac.id

<https://doi.org/10.46367/jps.v5i1.1791>

Received: Feb 24, 2024 Revised: Mar 17, 2024 Accepted: Mar 20, 2024 Published: Apr 26, 2024

ABSTRACT

This research aims to analyze the optimization of customer satisfaction through mobile and internet banking services at the Bank Syariah Indonesia (BSI) Jombang branch office. This research is field research using qualitative methods through a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with six informants from BSI customers who actively use mobile and internet banking. The data analysis technique used is interactive analysis with several steps: data reduction, data presentation, and conclusions. The research results show that evaluating the user interface of mobile and internet banking services is necessary. Banks must improve the security of mobile and internet banking systems. Preparing for bank credibility and good integration between mobile and internet banking services, the bank needs to improve customer service to be more responsive and informative in mobile banking and internet banking services. This research can be a reference for future research and can be a reference for Islamic banking in optimizing online services, especially for BSI.

Keywords: customer satisfaction, digital banking, optimization, mobile banking, internet banking.

OPTIMALISASI KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MELALUI LAYANAN MOBILE BANKING DAN INTERNET BANKING

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis optimalisasi kepuasan nasabah melalui layanan *mobile banking* dan *internet banking* di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam bersama enam orang informan dari nasabah BSI yang aktif memanfaatkan *mobile banking* dan *internet banking*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif dengan beberapa langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlu dilakukan evaluasi terhadap antarmuka pengguna (*user interface*) dari layanan *mobile banking* dan *internet banking*. Pihak bank harus meningkatkan keamanan sistem *mobile banking* dan *internet banking*. Mempersiapkan kredibilitas bank dan integrasi yang baik antara layanan *mobile banking* dan *internet banking*, Pihak bank perlu meningkatkan pelayanan nasabah menjadi lebih responsif dan informatif pada layanan *mobile banking* dan *internet banking*. Penelitian ini secara literatur dapat menjadi rujukan bagi penelitian di masa mendatang dan dapat menjadi rujukan bagi pihak perbankan syariah dalam melakukan optimalisasi layanan *online* terutama bagi BSI.

Kata kunci: kepuasan nasabah, perbankan digital, optimalisasi, *mobile banking*, *internet banking*.



PENDAHULUAN

Perkembangan zaman terus bergerak tanpa henti ke arah kemajuan, ini merupakan bukti dari keberadaan manusia yang pada dasarnya adalah makhluk inovatif, mulai dari penemuan tradisional sampai pada penemuan teknologi canggih (Ridwan 2024). Teknologi merupakan hal penting untuk dikaji dan diterapkan di kehidupan pada saat ini. Berbagai macam pengaruh timbul dan akan diperoleh hanya dengan melakukan *follow up* pada perkembangan teknologi, salah satunya yaitu kemudahan komunikasi dan akses informasi melalui internet. Internet dapat diakses di mana saja dan kapanpun, sehingga menjadi salah satu dampak positif dari penerapan teknologi dan sangat berfungsi bagi segala aspek kehidupan manusia (Saepudin and Mentari 2016). Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi berbagai sektor di Indonesia, baik dari segi ekonomi, gaya hidup, sosial budaya, dan tentunya tidak terkecuali pada lembaga keuangan dan perbankan.

Era ekonomi dan transformasi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk sektor perbankan. *Digital banking* merupakan suatu terobosan dari era ekonomi dan transformasi digital yang diinovasikan untuk memfasilitasi akses perbankan secara efisien melalui *platform online* (Prabowo 2024). *Digital banking* mencakup berbagai layanan perbankan yang bisa diakses lewat perangkat elektronik, seperti *smartphone*, tablet, atau komputer. Era ekonomi digital dapat didefinisikan sebagai integrasi teknologi informasi dan komunikasi pada seluruh aktivitas ekonomi. *Digital banking* merupakan layanan perbankan yang dapat membantu nasabah dalam menjalankan transaksi keuangan melalui aplikasi *mobile banking* atau *internet banking* (Chauhan, Akhtar, and Gupta 2022).

Efek ekonomi dan transformasi digital yang semakin berkembang telah memudahkan akses ke layanan perbankan. Hal tersebut dibuktikan bahwa tercatat transaksi digital di BSI per Oktober 2023 mencapai 170,70 juta transaksi (Risalah 2023). Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan *digital banking* terus meningkat (Putri et al. 2023). Sebab dari itu, dengan adanya dorongan transformasi digital akan membawa kemudahan dan efisiensi, termasuk dalam akses dan pengelolaan keuangan. BSI merupakan suatu instansi keuangan terkemuka telah mengadopsi *digital banking* untuk meningkatkan layanan kepada nasabahnya. BSI sebagai lembaga keuangan berbasis syariah juga ikut andil dalam era ekonomi digital ini dengan menyediakan layanan *digital banking* yang mana disesuaikan dan berasaskan pada prinsip syariah (Rininda and Nurmawati 2023). Dengan menerapkan layanan *digital banking* akan menunjang efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi nasabah dalam bertransaksi. Inovasi ini akan menarik minat nasabah untuk mencoba hal baru terkait dengan layanan, informasi, kemudahan, dan sistem yang diberikan kepada nasabah dengan menggunakan media elektronik misal layanan ATM, EDC (*electronic data capture*), SMS banking, phone banking, mobile banking, internet banking, dan video banking (Lubis and Siregar 2021).

Pencapaian transaksi *mobil-banking* pada BSI diperlukan layanan yang maksimal untuk mengetahui apakah nasabah nyaman dalam mengoperasikan layanan *mobil-banking*. Penelitian terdahulu yang membahas tentang layanan *mobile banking* sudah pernah diteliti oleh Vebiana (2018); Miftahuddin and

Hendarsyah (2019); Suhayati, Maulina, and Adji (2022); Khoiriaturrehman, Anggraini, and Jannah (2023); Rauf (2023); Rosanah and Lisman (2023); Delila and Silvia (2024) dengan metode berbeda, menyatakan layanan *mobile banking* mempunyai pengaruh baik pada kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian Maulani, Kirana, and Hasnin (2023) memaparkan bahwa masih diperlukan beberapa pengoptimalan pada layanan *mobile banking*. Beberapa penelitian tersebut dominan memfokuskan penelitian terkait kemudahan penggunaan dari *mobile banking*.

Penelitian terdahulu mengenai layanan *internet banking* sudah pernah dilakukan oleh Aiyubbi, Trisanty, and Wijayanti (2021); Supra and Hendarsyah (2022); Eryaningtyas and Fitanto (2023); Oktavia, Trihantana, and Anwar (2023); Sarirati and Aprianda (2023); T. M. Dewi, Purwoko, and Zulkifli (2023) dengan metode dan hasil yang berbeda. Penelitian memaparkan secara umum layanan *internet banking* mempunyai pengaruh positif dalam mendapatkan kepuasan nasabah. Namun pada penelitian Widyawati (2023) memaparkan bahwa *internet banking* masih memiliki kekurangan dan diperlukan perbaikan agar mendapatkan kepuasan nasabah yang lebih baik. Berdasarkan dari beberapa penelitian tersebut terdapat ketidaksamaan metode, hasil dan lokasi penelitian, sehingga posisi penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Oleh sebab itu diperlukan kajian lanjutan pada tempat dan data yang berbeda, dengan tujuan menganalisis optimalisasi kepuasan nasabah melalui layanan *mobile banking* dan *internet banking* di Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Jombang.

TELAAH LITERATUR

Kepuasan Nasabah

Teori kepuasan yang dikembangkan oleh Keller and Kotler (2022) menyatakan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja suatu produk dalam hubungannya dengan harapan. Jika kinerja tidak sesuai harapan, pelanggan akan kecewa. Jika sesuai dengan harapan maka pelanggan puas. Jika melebihi harapan mereka, maka pelanggan akan senang sekali. Kepuasan merupakan wujud dari rasa senang atau lega dan puas ketika menerima sesuatu hal, baik berupa barang maupun jasa dan berimbang dengan munculnya perasaan senang terhadap suatu layanan yang diterima (Umar 2012; Fauzan et al. 2022). Dengan demikian persepsi pelanggan menjadi faktor kunci kepuasan pelanggan ketika mereka melaksanakan transaksi atau setelah melakukan transaksi dengan produsen atau pihak penyedia layanan. Makna lain dari kepuasan pelanggan adalah pencapaian (*outcome*) dari produsen yang mana dirasakan konsumen pada penggunaan produk dan jasa, apakah sesuai ekspektasi maupun kemauan customer bahkan bisa melampaui harapan customer (Rahmayanti and Ilhami 2023). Teori ini menjadi fokus kunci bagi perbankan untuk mempertahankan posisi di pangsa pasar perbankan dengan memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada nasabah sudah optimal dan sesuai dengan keinginan nasabah (Bancin and Jannah 2022).

Ketika menetapkan skala kepuasan konsumen, ada lima faktor utama yang hendaknya dijadikan perhatian lebih, yakni: (1) Kualitas produk, *customer* merasa puas manakala *output* pengevaluasiannya menunjukkan produk yang mereka manfaatkan memiliki mutu tinggi. (2) Kualitas pelayanan, utamanya di sektor



industri jasa, *customer* akan merasa puas manakala mereka memperoleh pelayanan secara optimal sebagaimana ekspektasinya. (3) Emosional, *customer* akan bangga serta semakin yakni bahwasanya pihak lain akan kagum manakala individu tersebut mendayagunakan produk dengan *brand* tertentu yang mana merujuk pada tingkat rasa puas maksimal. Kepuasan yang mereka dapatkan bukan disebabkan mutu produk namun nilai sosial yang mana membuat *customer* puas akan suatu merek tertentu. (4) Harga, produk yang berkualitas sama namun harga penetapannya relatif murah tentu akan memberikan nilai lebih tinggi pada *customernya*. (5) Biaya, *customer* tidak perlu mengeluarkan *budget* ekstra dan membuang waktu dalam memperoleh produk maupun jasa, sehingga *customer* cenderung puas akan produk atau jasa tersebut (Indrasari 2019).

Untuk mengoptimalkan kepuasan nasabah melalui *platform online*, pihak bank syariah perlu menguatkan kembali strategi yang fokus pada fitur-fitur dalam memberikan kemudahan, keamanan, dan keterjangkauan bagi nasabah (Nengsi 2023). Dengan meningkatkan integrasi teknologi canggih, pemberian edukasi yang terarah, serta peningkatan layanan nasabah yang responsif, bank syariah dapat memaksimalkan pengalaman nasabah dan memastikan kepuasan nasabah yang berkelanjutan (Iksan, Hakim, and Asianingrum 2024).

Layanan Perbankan Digital

Perbankan digital merupakan layanan perbankan yang muncul dan dioptimalkan dalam pemanfaatan teknologi informasi guna memberi pelayanan kepada nasabah secara cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan nasabah (Aripin, Fatwa, and Hannase 2022). Nasabah bisa melakukan transaksi secara mandiri dengan melihat aspek keamanannya. Inovasi dari Layanan perbankan digital mempunyai maksud guna pemenuhan kebutuhan nasabah yang berkembang kini melalui pemanfaatan teknologi informasi (Yusuf, Sumarno, and Komarudin 2022). Di Indonesia layanan perbankan digital diatur dalam peraturan otoritas jasa keuangan nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum (OJK 2018).

Layanan perbankan yang baik akan berdampak pada produk guna mengoptimalkan persepsi yang baik pada produk (Rusdianto and Ibrahim 2017). Kualitas produk menjadi fokus krusial pada perbankan, dengan memperbaiki dan memaksimalkan produk bertujuan untuk menghadapi persaingan (Fauzan et al. 2022). Kualitas produk memiliki peran inti untuk memengaruhi taraf minat nasabah dan menambah loyalitas nasabah pada produk yang dipasarkan bank syariah (Syah, Fasa, and Suharto 2021). Kualitas layanan dari produk lebih cenderung pada nilai suatu produk maupun jasa, sehingga bisa menggambarkan ekspektasi nasabah (Khair and Setiawan 2023). Layanan perbankan digital berkembang seiring perkembangan teknologi dan kebiasaan dari nasabah. Berikut terdapat dua layanan perbankan digital yang sering digunakan oleh nasabah yaitu *mobile banking* dan *internet banking*,

Mobile banking merupakan fasilitas layanan yang diberikan perbankan kepada nasabah untuk mempermudah akses dan mendapatkan informasi terbaru dan transaksi keuangan secara langsung melalui *smartphone* (Miftahuddin and Hendarsyah 2019). Layanan *mobile banking* merupakan media penyaluran bank untuk betransaksi dan melihat informasi rekening nasabah melalui aplikasi terhubung ke internet menggunakan media *smartphone* (Wulandari 2022). *Mobile*

banking hampir sama manfaatnya dan fasilitasnya dengan ATM kecuali pengambilan uang cash (Titanta and Sari 2014). *Mobile banking (m-banking)* sudah merambah ke seluruh bank di Indonesia, dengan menggunakan *m-banking* dapat memperoleh kenyamanan, kegunaan, dan keuntungan (Intakorisi et al. 2023).

Internet banking berasal dari dua istilah dasar yakni internet dan *banking*. *Interconnected network* (internet) ialah suatu sistem jaringan yang terkoneksi pada setiap peranti komputer global di seluruh dunia (Fadlan and Dewantara 2018). *Internet banking* merupakan salah satu layanan bank yang menolong nasabah guna memperoleh informasi dan bertransaksi perbankan melalui *web browser* yang terkoneksi pada jaringan internet (Yusmad 2018; Elfiza 2021). Mengakses layanan ini nasabah bisa menggunakan perangkat komputer misalnya komputer pribadi, *notebook*, laptop, dan *smartphone* (Hendarsyah 2012). *Internet banking* sangat membantu dalam peningkatan efisiensi, efektivitas dan produktivitas bagi nasabah, dengan adanya layanan ini dapat memberikan kemudahan bagi nasabah guna menuntaskan transaksi keuangan secara *real time* (Nasution and Sutisna 2015).

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan persepsi yang dirasakan nasabah dalam mengetahui kemudahan dari pengimplementasian, pengoperasian sistem *platform* yang dirancang sehingga nasabah tak akan kesulitan ketika menggunakan layanan perbankan seperti *mobile banking* dan *internet banking* (Nurrahmanto 2015). Persepsi kemudahan penggunaan dapat dipahami sebagai penilaian nasabah melalui pengoperasian sistem dan memanfaatkan teknologi terbaru dimana penilaian tersebut berwujud penilaian positif maupun negatif (Damayanti 2019). Persepsi kemudahan dalam penggunaan terjadi ketika sejauh mana seseorang yakin bisa dengan mudah memakai suatu sistem sehingga tidak memerlukan usaha lebih, terlepas dari masalah, hal ini termasuk pada kemudahan penggunaan layanan perbankan searah dengan kebutuhan penggunaannya (Fatmawati 2015). Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan yakni mudah dipelajari, dikendalikan, efektif serta bisa pahami, fleksibel, memudahkan supaya terampil serta mahir, serta mudah diaplikasikan (Davis 1989). Faktor untuk menilai persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari: mudah diakses, mudah dimengerti, mudah dipelajari, fleksibel, tak menyulitkan *user*, tahap instalasi yang mudah (Nurrahmanto 2015; N. M. A. P. Dewi and Warmika 2016).

Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan merupakan semua keuntungan yang dirasakan dan berkelanjutan atas layanan *mobile banking* dan *internet banking* (Moslehpour et al. 2018). Persepsi kegunaan sebagai kondisi saat nasabah percaya bahwasanya ketika pemanfaatan sistem informasi tertentu nantinya bisa menambah performa kinerjanya (Widodo and Putri 2017). Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kegunaan diantaranya efektivitas, dan nilai guna (Anjasari and Pamikatsih 2023). Nilai guna identik dengan ekonomis, berarti nasabah memperoleh manfaat ketika mengoperasikan layanan perbankan. Efektivitas terhubung dengan efisiensi waktu dan jarak, contohnya nasabah saat memakai layanan perbankan tidak perlu membuang waktu dan mendatangi lokasi. Kedua



faktor tersebut bermanfaat dalam peningkatan produktifitas kerja, dimana nasabah bisa menggunakan layanan perbankan secara *online* sambil beraktivitas maupun dapat meningkatkan kinerjanya (Wibowo and Hariyati 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan pada BSI kantor cabang Jombang. Sumber data penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observari, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Penelitian ini menghimpun data yang memvisualisasikan suatu fenomena serta seluruh hal yang memiliki korelasi dengan penelitian yang berasaskan fakta. Wawancara dilakukan kepada enam orang informan yang berasal dari nasabah BSI kantor cabang Jombang yang merupakan pengguna BSI *Mobile* dan BSI *Net Banking*. Informan terdiri dari Bapak Faizal, Saudari Erika, Saudara Rizki, Saudari Diah, Saudari Sintha, dan Ibu Dewi. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara kepada informan yang sudah mengerti tentang *platform* perbankan digital BSI, Kemudian data sekunder diperoleh melalui dokumentasi aplikasi BSI *Mobile* dan BSI *Net Banking* serta beberapa artikel jurnal ilmiah dan buku. Analisis data dilakukan melalui analisis interaktif dengan beberapa langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Layanan Mobil Banking

Layanan perbankan yang efektif mampu mendapatkan kenyamanan, kemudahan, serta keamanan bagi nasabah ketika melaksanakan aktivitas transaksi keuangan. Selain itu, layanan yang efektif juga harus didukung oleh sistem yang handal dan cepat dalam memproses transaksi serta menyediakan pelayanan yang responsif dan ramah terhadap kebutuhan nasabah, seperti BSI *Mobile*.



Gambar 1 Fitur BSI Mobile

Sumber: data sekunder



Adapun beberapa fitur pada layanan BSI Mobile (Gambar 1) yaitu dapat melakukan pembukaan tabungan rekening Haji, *Easy Mudharabah*, *Easy Wadiah*, *AutoSave* dan *Deposito*. Selain itu dapat melakukan pembayaran PLN *Postpaid*, Telepon atau Telkom *Pay*, pembayaran ulang kuliah akademik, membeli tiket, internet, Asuransi, *e-Commerce*, BPJS, Haji dan Umrah, Penerimaan Negara (MPN), PDAM, *Multi Payment*, Perusahaan Gas Negara (PGN), *Hasanah Card*, dapat membeli, tarik tunai, *Top up e-wallet*, tabungan emas dan gadai emas. Banyaknya fitur yang ada pada BSI Mobile dapat dimanfaatkan nasabah dan mempunyai kelebihan dalam penggunaannya. Kelebihan yang dimiliki BSI Mobile bisa menjadi sahabat finansial dengan banyaknya fitur yang bervariasi. BSI Mobile dapat memudahkan nasabah dalam mengelola keuangannya, BSI Mobile juga dapat menjadi sahabat spritual dengan adanya fitur Islami sebagai pengingat untuk beribadah dan layanan Islam yang lain. BSI Mobile mampu menjadi sahabat sosial karena mempunyai fasilitas kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas sedekah untuk orang yang kurang mampu yang disebut dengan fitur *ziswa*.

Beberapa kelebihan BSI Mobile sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Bapak Faisal, bahwa *“aplikasi ini sangat membantunya dalam melakukan transfer dan membayar tagihan shopee pay nya. Layanan dari BSI Mobile sangatlah mudah dan sangat bagus sehingga merasa senang dalam menggunakan aplikasi mobile banking ini. Setelah mergernya 3 bank syariah tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia keamanan dari aplikasi mobile banking ini menjadi lebih ketat dan aman dari sebelumnya, karena saat mengakses atau menggunakan layanan dari BSI Mobile akan diminta untuk memasukkan pin sebanyak dua kali guna untuk menjaga keamanan privasi dari pengguna mobile banking, sehingga merasa lebih nyaman karena terjaga privasi data-datanya”*. Pernyataan tersebut menyatakan bahwa BSI Mobile sangat mudah dan membantunya dalam kegiatan bertransaksi serta percaya akan keamanan yang ditingkatkan oleh Bank Syariah Indonesia.

Pernyataan Bapak Faizal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Saudari Erika yang menyatakan bahwa *“aplikasi mobile banking ini sangat membantu dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari karena tuntutan dari pekerjaan yang jam kerjanya padat sehingga tidak mempunyai waktu untuk berlama-lama mengantri hanya untuk mengirim uang ataupun menarik tabungannya ke bank. Dengan adanya mobile banking sangat memudahkan dalam menarik tunai uang melalui alfamart, Indomaret menggunakan kartu ATM dan juga mobile banking dengan fitur tarik tunai tanpa kartu, hanya dengan menggunakan aplikasi mobile banking, dan mengikuti langkah yang ada di aplikasi mobile banking, untuk mengirim uang pun menjadi sangat mudah hanya masuk pada fitur transfer kemudian memasukkan nominal yang ingin dikirimkan”*. Pernyataan tersebut menyatakan bahwa Saudari Erika puas dan terbantu dengan adanya fitur transfer dan tarik tunai yang ada pada BSI Mobile.

Saudari Erika juga menyatakan bahwa layanan *mobile-banking* sangat menjaga privasi penggunanya seperti saat melakukan transaksi di aplikasi BSI Mobile. Kualitas jaringan internet dari BSI Mobile sudah mulai membaik dari sebelumnya, karena sudah di upgrade ke aplikasi terbarunya yaitu BSI Mobile, beliau sangat berharap pihak bank BSI untuk dapat meningkatkan produk-produk yang ditawarkan oleh pihaknya dan agar membuat nasabah lebih berantusias

dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile dan beliau sudah menggunakan aplikasi sekitar 5 tahun yang lalu sebelum merger menjadi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) di kantor cabang Jombang. Mulai dari aplikasi *mobile banking* yang lama hingga *upgrade* menjadi BSI Mobile yang sekarang lebih mempunyai banyak fitur. Dahulunya hanya bisa menarik uang tunai di Bank BSI terdekat hingga sekarang dapat lebih dipermudah sekarang aplikasi BSI Mobile dapat melakukan transaksi tarik tunai di Alfamart dan Indomaret terdekat dengan mengikuti langkah-langkah yang ada di aplikasi BSI Mobile.

BSI Mobile memang sangat membantu dan memiliki banyak kelebihan, Namun layanan *mobile banking* juga memiliki kekurangan tertentu, beberapa kekurangan yang sering dirasakan seperti kurangnya kredibilitas dan integrasi dari pihak bank dalam menangani suatu kendala. Hal ini diungkapkan oleh saudara Rizki yang mengatakan bahwa “*kurangnya kredibilitas dan integritas perusahaan, dimana saat ada kesalahan atau kendala saat mengakses BSI Mobile nasabah harus menunggu lama respon dari pusat dan biasanya memakan waktu selama 1x24 jam, barulah keluhan nasabah dapat diproses. Sungguh sangat disayangkan, jika nasabah yang tidak ingin menunggu lama balasan dari pihak operator BSI Mobile, maka nasabah dapat mengajukan komplain dengan cara datang langsung ke Bank Syariah Indonesia KC Jombang. Inilah kekurangan yang dirasakannya untuk BSI Mobile*”.

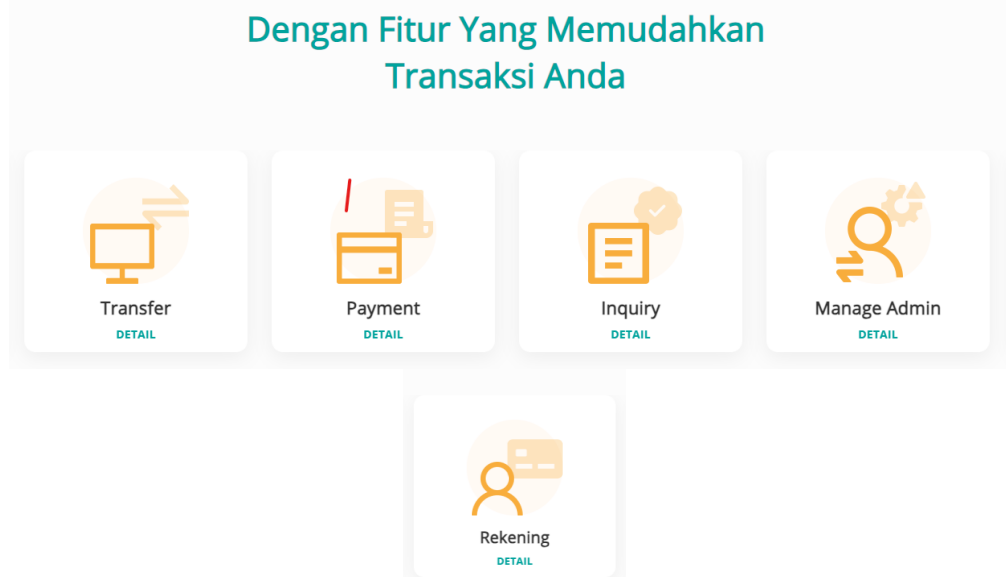
Berdasarkan wawancara bersama Saudara Rizki dapat ditarik kesimpulan bahwa yang membuatnya tertarik dalam menggunakan *mobile banking* adalah faktor kemudahan dalam mengakses aplikasi BSI Mobile. Namun Saudara Rizki menyayangkan kurangnya kredibilitas dan integritas layanan dari pihak BSI yang masih kurang cepat. Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa kualitas produk yang diberikan dari BSI Mobile cukup memuaskan nasabah karena memiliki banyak manfaat. Pada kualitas layanan yang diberikan juga cukup optimal dengan dibekali berbagai fitur yang menarik dan sesuai dengan ekspektasi dari nasabah. Akan tetapi masih ada beberapa kendala yang dirasakan seperti keluhan terhadap jaringan yang harus menunggu agak lama dan respon terhadap keluhan yang diajukan. Nasabah merasa puas terhadap berbagai penawaran produk dan fitur yang diberikan, contohnya produk tabungan dengan bebas admin, ada fitur Islami sehingga umat islam lebih mudah untuk beribadah hal ini dapat menunjang kepuasan yang didapat oleh BSI. Nasabah juga cukup puas dengan fitur transfer antar bank yang tergolong murah pada biaya adminnya hanya 2.500 rupiah untuk sekali transfer dan pengoperasiannya efektif dan efisien. Nasabah juga merasa terbantu dengan beberapa produk dan fitur yang tersedia dengan gratis dan tidak perlu mengeluarkan banyak waktu untuk mengoperasikannya.

Layanan Internet Banking

Internet banking pada BSI diberi nama dengan BSI Net Banking. BSI Net Banking sebagai salah satu bentuk layanan perbankan digital, menawarkan sejumlah kelebihan yang signifikan. BSI Net Banking memungkinkan akses yang fleksibel dan mudah bagi nasabah untuk mengelola rekening mereka kapanpun dan dimanapun. Hanya dengan mengaktifkan perangkat yang terhubung dengan internet, keunggulannya seperti sahabat *financial*. Seperti halnya BSI Mobile, dalam menjalankan BSI Net Banking nasabah perlu memilih fitur apa yang dipakai untuk menuntaskan kebutuhannya. Beberapa fitur yang terdapat pada



internet banking yaitu fitur tranfer uang, *payment*/pembayaran, *inquiry*, *manage admin*, dan info rekening seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Fitur BSI Internet Banking

Sumber: data sekunder

BSI Net Banking mempunyai fungsi yang sama dengan BSI Mobile yaitu untuk solusi perbankan *online* bagi nasabah. Tetapi yang membedakannya adalah banyaknya nominal yang bisa di transfer perharinya, BSI Net banking bisa mencapai limit 500 juta perhari dan keamanan terjamin. BSI Net banking memiliki tiga sistem keamanan yaitu *user id* ketika masuk, *pin* ketika ingin melakukan transaksi, dan *token* untuk finalisasi transaksi. Ketiga pengamanan tersebut membuat nasabah akan merasa terjamin dan nyaman. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama Saudari Diah yang menuturkan bahwa “*aplikasi internet banking ini sangat membantu dalam menjalankan usaha makanan, dengan kesibukan aktifitas, sehingga tidak memiliki waktu untuk berlama-lama mengantri untuk mengirim uang tabungannya dalam jumlah yang besar melalui bank. Dengan adanya internet banking sangat memudahkan dalam mengirim uang, hanya dengan membuka website internet banking, dan mengikuti langkah yang ada dapat mengirim uang maksimal 500.000.000 rupiah perharinya dengan hanya memasukan nomor kode token yang sudah di minta sebelumnya*”.

Namun BSI Net Banking juga memiliki beberapa kekurangan karena suatu sistem tidak akan bisa mencapai kesempurnaan tanpa adanya kendala. Beberapa hal yang menjadi kekurangan pada penggunaan BSI Net Banking adalah tampilan *interface*, tampilan mutasi rekening kurang menarik, dan waktu pakai token yang terlalu singkat. Kekurangan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Saudari Sintha yang menuturkan bahwa “*internet banking sangat membantu dalam kegiatan transaksi perusahaan, tetapi masih ada kekurangan terkait tampilan utama yang seharusnya masih bisa dimaksimalkan lagi menjadi lebih menarik. Kemudian pada waktu guna dari token sangat singkat hanya 5 menit pemakaian sehingga sering melakukan request kode token dengan biaya 500 perak setiap kali request*”.

Hambatan tersebut juga dirasakan oleh nasabah lain pada sistem penggajian karena nasabah pengguna BSI *Net Banking* mayoritas adalah pengusaha, hal ini sejalan dengan pernyataan Ibu Dewi yang menuturkan bahwa “*terkait penggajian merasa kurang karena sistem transaksi dan sistem penggajian itu dibedakan. Untuk transaksi hanya bisa dilakukan melalui internet banking kemudian untuk penggajian karyawan dibedakan pada web CMS (cash management system)*”. Beliau berharap agar sistem penggajian dan sistem transaksi digabung agar lebih efisien dan efektif dalam menjalankan usaha.

Hasil wawancara terhadap beberapa nasabah BSI kantor cabang Jombang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dan *internet banking* menunjukkan bahwa *internet banking* mempunyai kualitas layanan yang memadai dan tergolong murah dibandingkan dengan bank lain. Segi keamanan sudah terjamin karena mempunyai tiga sistem keamanan, tetapi masih ditemukan berbagai kendala seperti tampilan *interface* dan hasil rekening koran yang kurang menarik. Juga pembagian *web* dengan kegunaan berbeda yang sebenarnya bisa dijadikan satu. Adapun persepsi sudah cukup maksimal yang dirasakan oleh para nasabah adalah: persepsi terhadap kegunaan BSI *Mobile* dan *Net banking*, dan persepsi terhadap kemudahan suatu *website* untuk di akses. Namun ada beberapa persepsi belum maksimal yang dirasakan oleh para nasabah adalah: persepsi terhadap kredibilitas dan integritas perusahaan, persepsi terhadap tampilan yang kurang menarik, persepsi terhadap efektivitas usaha, dan persepsi terhadap kecepatan dan kestabilan koneksi jaringan yang hingga kini masih belum maksimal dirasa oleh nasabah dalam kualitas pelayanannya.

Optimalisasi Kepuasan Nasabah Melalui Layanan *Mobile Banking* Dan *Internet Banking*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fungsionalitas yang baik menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses, kecepatan respon, dan keamanan transaksi diterima dengan baik oleh nasabah dan memberikan begitu banyak manfaat bagi kegiatan nasabah. Artinya faktor dari kemudahan, kecepatan, dan keamanan layanan yang diberikan dapat memberikan taraf kepuasan nasabah yang baik terhadap kualitas layanan *mobile banking* dan *internet banking* pada BSI kantor cabang Jombang, sehingga membuat kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dengan mengoperasikan kedua layanan tersebut. Hasil penelitian ini didukung oleh Rauf (2023); Sarirati and Aprianda (2023); T. M. Dewi, Purwoko, and Zulkifli (2023); Delila and Silvia (2024) yang menyebutkan adanya kualitas layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Selain itu, hasil penelitian diperoleh dari aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai unggul, dimana tidak ditemukan pada *platform* bank konvensional, yakni terdapat fitur berbasis Islam diantaranya tausiyah, jadwal sholat, layanan zakat, dan infaq, sehingga aplikasi ini bisa membantu umat muslim untuk mengingatkan kewajiban utamanya terkait ibadah. Persepsi nasabah pada *mobile banking* mayoritas menunjukkan perasaan puas. Namun, pada *internet banking* nasabah memberikan berbagai keluhan terhadap sistemnya mulai dari tampilan *interface* yang kurang menarik, tampilan rekening koran yang kurang menarik, waktu guna

token yang singkat, dan pembeda *web internet banking* dan *cash management system* yang seharusnya bisa digabung untuk mempermudah nasabah melakukan kegiatan usahanya. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Aiyubbi, Trisanty, and Wijayanti (2021); Eryaningtyas and Fitanto (2023); Oktavia, Trihantana, and Anwar (2023) yang menyatakan *internet banking* memberikan pengaruh baik terhadap perasaan puas yang diterima nasabah. Tetapi dengan berbagai kendala yang dialami nasabah tetap menggunakan layanan ini dengan alasan keamanan yang baik dan sangat membantu kegiatan usahanya. Oleh karena itu, untuk memperoleh kepuasan nasabah diharapkan pihak bank memperbaiki layanan serta memberikan edukasi kepada nasabah untuk dapat memahami sistem dari penggunaan layanan tersebut.

Dari hasil penelitian tersebut, dijelaskan beberapa kekurangan yang mengindikasikan bahwa diperlukan adanya peningkatan layanan, hal ini terjadi konsistensi dengan penelitian Maulani, Kirana, and Hasnin (2023); Widyawati (2023) yang menyebutkan bahwa diperlukan adanya pengoptimalisasian dari layanan-layanan perbankan *online* untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Adanya pelayanan yang maksimal mampu menambah kepuasan nasabah, dimana kebutuhannya dirasa sudah tercukupi bahkan sudah melampaui ekspektasinya. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Keller and Kotler (2022), untuk mencapai tujuannya pihak bank syariah perlu melakukan perbaikan untuk mengoptimalkan layanan dan mendapatkan respon yang baik dari nasabah. Berikut beberapa cara pengoptimalan layanan: (1) Perlu dilakukan evaluasi terhadap antarmuka pengguna (*user interface*) dari kedua layanan tersebut. Antarmuka yang intuitif, mudah digunakan, dan responsif akan meningkatkan pengalaman pengguna serta mempercepat proses transaksi. (2) Peningkatan keamanan sistem juga menjadi hal yang krusial dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Dengan memperbarui dan memperkuat sistem keamanan, BSI dapat mengurangi risiko terjadinya kebocoran data atau serangan siber yang dapat mengganggu kenyamanan nasabah. (3) Mempersiapkan kredibilitas bagi bank dan integrasi yang baik antara layanan *internet banking* dan *mobile banking*, integrasi layanan perusahaan dan kemudahan dalam melakukan transaksi antar produk perbankan menjadi faktor penting untuk mempermudah nasabah dalam mengelola keuangannya secara menyeluruh, dengan demikian, nasabah akan merasa lebih terbantu dalam melakukan transaksi dan mengakses informasi terkait keuangan mereka. (4) Meningkatkan pelayanan pelanggan menjadi lebih responsif dan informatif juga menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah, dengan menyediakan layanan pelanggan yang tanggap terhadap keluhan dan pertanyaan nasabah, BSI dapat membangun hubungan yang baik dengan nasabahnya serta meningkatkan loyalitas mereka terhadap layanan perbankan digital BSI.

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* dan *internet banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan menyuguhkan beragam fitur didalamnya. Tetapi masih terdapat berbagai kendala yang dirasakan oleh nasabah untuk pengoperasiannya. Oleh karena itu diperlukan perbaikan terkait dengan fitur yang kurang memuaskan, dengan mengoptimalkan layanan *mobile*



banking dan *internet banking* sebagai alat transaksi yang saat ini digemari oleh nasabah, dapat diharapkan BSI kantor cabang Jombang akan mendapat respon yang bagus dari nasabah dan tetap kokoh pada persaingan perbankan digital. Usaha optimalisasi ini dapat menarik minat nasabah dan menambah penggunaannya pada BSI kantor cabang Jombang untuk lebih membuka lebar pengetahuannya terhadap teknologi dan memberikan keefektifan juga efisiensi dalam melakukan transaksi, dengan memperkuat keamanan membuat pengguna dari kedua layanan tersebut tidak perlu was-was lagi akan terjadinya insiden-insiden yang tidak diinginkan.

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Pengoptimalan layanan perbankan digital untuk memperoleh taraf kepuasan nasabah. Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk diimplementasikan secara menyeluruh untuk menggapai kesejahteraan seluruh umat. Masih banyak yang menjadi koreksi pada penelitian ini, terutama penambahan data kepuasan nasabah karena seiring waktu kepuasaan akan berubah ubah.

Penelitian yang akan datang bisa mengembangkan penelitian dengan fokus yang berbeda, menggunakan variabel yang lebih banyak, baik terkait faktor internal maupun external yang mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah di Indonesia yang belum dijelaskan pada penelitian ini, dengan menggunakan metode lain, baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga dapat menggambarkan kepuasan nasabah melalui layanan *digital banking* perbankan syariah di Indonesia secara lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiyubbi, Dityawarman El, Aidha Trisanty, and Diana Wijayanti. 2021. "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna E-Banking Pada Masa Pandemi Covid-19." *Banking and Management Review* 10 (1): 1398–1409. <http://ojs.ekuitas.ac.id/index.php/bmr/article/view/392>.
- Anjasari, Putri Avrinia, and Tri Ratna Pamikatsih. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Shopeepay Pada Masyarakat Di Kota Surakarta." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2 (8): 3293–3303. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i8.1396>.
- Aripin, Nasir Tajul, Nur Fatwa, and Mulawarman Hannase. 2022. "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5 (1): 29–45. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362).
- Bancin, Intan Wulan Dari, and Nurul Jannah. 2022. "Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2 (2): 1487–99. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3126370>.
- Chauhan, Shilpa, Asif Akhtar, and Ashish Gupta. 2022. "Customer Experience in Digital Banking: A Review and Future Research Directions." *International Journal of Quality and Service Sciences* 14 (2): 311–48. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-02-2021-0027>.
- Damayanti, Rizka Sri. 2019. "Pengaruh Online Customer Review And Rating, E-



- Service Quality Dan Price Terhadap Minat Beli Pada Online Marketplace Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang).” In *2nd Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 684–93.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/3559/>.
- Davis, Fred D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 13 (3): 319–40.
<https://misq.umn.edu/perceived-usefulness-perceived-ease-of-use-and-user-acceptance-of-information-technology.html>.
- Delila, Audy Gesta, and Vivi Silvia. 2024. “Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Modern.” *Journal Of Informatics And Busines* 1 (4): 290–94.
<https://jurnal.itcc.web.id/index.php/jibs/article/view/708>.
- Dewi, Ni Made Ari Puspita, and I Gde Ketut Warmika. 2016. “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Perspsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen* 5 (4): 2606–36. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/manajemen/article/view/18029>.
- Dewi, Tiya Marliyana, Bambang Purwoko, and Zulkifli Zulkifli. 2023. “Strategi Kualitas Pelayanan Perbankan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk.” *Ekobisman: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen* 8 (1): 60–75.
<https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/ekobisman/article/view/5816>.
- Elfiza, Rona. 2021. “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Transaksi Mobile Banking, Internet Banking, Dan E-Money Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ulak Karang Padang.” UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58884>.
- Eryaningtyas, Nadia Salsabela, and Bahtiar Fitanto. 2023. “Analisis Pengaruh Layanan I-Banking, M-Banking, Dan Fasilitas ATM Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank BTN KCP Tulungagung).” *Contemporary Studies In Economic, Finance And Banking* 2 (2): 266–76.
<https://csefb.ub.ac.id/index.php/csefb/article/view/154>.
- Fadlan, Abi, and Rizki Yudhi Dewantara. 2018. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 62 (1): 82–89.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2652>.
- Fatmawati, Endang. 2015. “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Di Perpustakaan.” *IQRA: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 9 (1): 1–13.
<https://www.neliti.com/publications/196942/>.
- Fauzan, Rusydi, Kurroti A’yun, Decky Hendarsyah, Anton Priyo Nugroho, Lucky Nugroho, Eni Nuraeni, Muhammad Zulfikar, et al. 2022. *Islamic Marketing*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Hendarsyah, Decky. 2012. “Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 1 (1): 12–33. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v1i1.2>.
- Iksan, Muhammad Nur, Sopyan Hakim, and Al Hujjah Asianingrum. 2024.



- “Pengaruh Teknologi Informasi, Risiko, Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah BSI Kota Palangka Raya Dalam Menggunakan Internet Banking.” *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer* 4 (1): 26–42. <https://doi.org/10.55606/juisik.v4i1.731>.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
<https://play.google.com/store/books/details?id=PYfCDwAAQBAJ>.
- Intakorisi, Sam’ani, Muhammad Adhitya Wardhana, Maryatin Maryatin, and Jati Prihantono. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Waktu Tunggu Terhadap Kepuasan Nasabah Elektronik Pada Penggunaan Fitur BCA M-Banking.” *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri* 4 (1): 16–21. <https://ejr.umku.ac.id/index.php/jatmi/article/view/1806>.
- Keller, Kevin Lane, and Philip Kotler. 2022. “Branding in B2B Firms.” In *Handbook of Business-to-Business Marketing*, 205–24. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800376878.00021>.
- Khair, Anisatul, and Firman Setiawan. 2023. “Analisis Determinan Pada Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggadaikan Emas Di Pegadaian UPS Pasar Anom.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6 (2): 3902–20. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.5420>.
- Khoiriaturrahmah, Miftah, Tuti Anggraini, and Nurul Jannah. 2023. “The Effect of Perceptions of Technology, Risk and Handling Complaints on Customer Interest in Using Internet Banking At Bank Syari’ah Indonesia (BSI) KC Kisaran.” *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 11 (2): 128–36. <https://doi.org/10.32832/moneter.v11i2.217>.
- Lubis, Muhammad Vadly Azhar, and Onan Marakali Siregar. 2021. “Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Bank BSI KCP Rantauprapat.” In *1st Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian (SENRIABDI) 2021*, 874–81. Surakarta: Universitas Sahid Surakarta. <https://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/SENRIABDI/article/view/913>.
- Maulani, Denia, Nova Candra Kirana, and Hannisa Rahmiani Hasnin. 2023. “Understanding Customer Satisfaction of Mobile Banking: A Case Obstacles Transactions Using BSI Mobile Applications.” *Journal of International Trade* 2 (1): 25–32. <https://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/JIT/article/view/389>.
- Miftahuddin, Miftahuddin, and Decky Hendarsyah. 2019. “Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis.” *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8 (1): 16–32. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.149>.
- Moslehpour, Massoud, Purevdulam Altantsetseg, Weiming Mou, and Wing-Keung Wong. 2018. “Organizational Climate and Work Style: The Missing Links for Sustainability of Leadership and Satisfied Employees.” *Sustainability* 11 (1): 125. <https://doi.org/10.3390/su11010125>.
- Nasution, Mislal Hayati, and Sutisna Sutisna. 2015. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking.” *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah* 1 (1): 62–73.



- <https://doi.org/10.30997/jn.v1i1.241>.
- Nengsi, Ayu Rahma. 2023. "Kajian Kualitas Mobile Banking Dan Dinamika Kepuasan Nasabah BSI Kota Takengon." *MUBEZA: Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam* 13 (1): 18–24.
<https://journal.iaintakengon.ac.id/index.php/mbz/article/view/355>.
- Nurrahmanto, Prasetyo Agus. 2015. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs Jual Beli Online Bukalapak.Com." Universitas Diponegoro.
<http://eprints.undip.ac.id/45651/>.
- OJK. 2018. "Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum." Otoritas Jasa Keuangan. 2018.
<https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum.aspx>.
- Oktavia, Tasya Audina, Rully Trihantana, and Miftakhul Anwar. 2023. "Analisis Empirik Penggunaan Internet Banking Dan Mobile Phone Banking Pada Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Di Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor)." *Sahid Banking Journal* 2 (2): 105–21.
<https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v2i02.109>.
- Prabowo, Riyan Kusuma Setya. 2024. "Pengaruh Strategi Pemasaran, Layanan E-Banking Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Magelang." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8 (1): 939–953. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/12489>.
- Putri, Dewi Fatmala, Andriani Andriani, Widya Ratna Sari, and Faricha Lita Nabbila. 2023. "Analisis Perlindungan Nasabah BSI Terhadap Kebocoran Data Dalam Menggunakan Digital Banking." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1 (4): 173–81.
<https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/331>.
- Rahmayanti, Sri, and Fidia Ilhami. 2023. "Pengaruh Peningkatan Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pekanbaru." *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika* 13 (1): 126–34.
<https://doi.org/10.37859/jae.v13i1.4746>.
- Rauf, Sriaini. 2023. "Studi Komparatif Fasilitas Dan Kualitas Layanan M-Banking BSI Dan BRI Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kota Palopo." IAIN Palopo. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7017/>.
- Ridwan, Muhammad. 2024. "Pandangan Islam Terhadap Perkembangan Teknologi." *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin* 2 (1).
<https://journalpustaka.com/index.php/jpnm/article/view/89>.
- Rininda, Bella Puspita, and Radna Nurmalina. 2023. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia." *Journal Of Applied Managerial Accounting* 7 (2): 221–29.
<https://doi.org/10.30871/jama.v7i2.6639>.
- Risalah, Dian Fath. 2023. "BSI Catat Jumlah Transaksi Digital Tembus 170,70 Juta." Sharia.Republika.Co.Id. 2023.
<https://sharia.republika.co.id/berita/s2mkep502/>.
- Rosanah, Hanifah, and Muhammad Lisman. 2023. "Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online Pada Aplikasi Mobile Banking Terhadap



- Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Islamika* 5 (2): 19–29. <https://doi.org/10.37859/jsi.v5i2.4698>.
- Rusdianto, Hutomo, and Chanafi Ibrahim. 2017. “Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati.” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 4 (1): 43. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>.
- Saepudin, Asep, and Bunga Nisa Mentari. 2016. “Menumbuhkan Minat Baca Masyarakat Melalui Taman Bacaan Masyarakat Berbasis Teknologi Informasi.” *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan* 4 (1): 43–54. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.v4n1.p43--54>.
- Sarirati, Putri, and Rengga Abdi Yuri Aprianda. 2023. “Pengaruh Transaksi Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Tanah Abang Jakarta Pusat.” *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 18 (1): 65–70. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v18i1.466>.
- Suhayati, Yoannisa Fitrian, Azri Nur Maulina, and Widwi Handari Adji. 2022. “Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4 (6): 1681–95. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>.
- Supra, Eri, and Decky Hendarsyah. 2022. “Determinan Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia.” *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam* 10 (1): 33–50. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.6235>.
- Syah, Ricki Febrian, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. 2021. “Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Di Indonesia.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4 (1): 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>.
- Titanta, Irwan, and Shinta Permata Sari. 2014. “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.” In *Seminar Nasional Dan The 1st Call For Syariah Paper (SANCALL)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/4589>.
- Umar, Akmal. 2012. “Pengaruh Upah, Motivasi Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pekerja Pada Industri Manufaktur Di Kota Makassar.” *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen* 10 (2): 406–18. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/432>.
- Vebiana, Vera. 2018. “Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan, Dan Kinerja Keuangan Bank Syariah.” In *9th Industrial Research Workshop and National Seminar*. Bandung: Politeknik Bandung. <http://proceeding.polban.ac.id/proceeding/article/view/1145>.
- Wibowo, Anshor, and Nia Hariyati. 2020. “Pengaruh Budaya Dan Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis.” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1 (1): 29–42. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.197>.
- Widodo, Arry, and Ayunabillah Syahvitrie Azdy Putri. 2017. “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Teknologi Pada Pengguna Instagram Di Indonesia (Studi Pada Followers Akun Kementerian Pariwisata @Indtravel).” *Journal of Secretary and Business Administration* 1 (1): 18–26.

- <https://doi.org/10.31104/jsab.v1i1.8>.
- Widyawati, Ike. 2023. "Optimalisasi Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Komplain Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada KOSPIN Bankit Ampelgading Pematang." Universitas Islam Sultan Agung. <https://repository.unissula.ac.id/32722/>.
- Wulandari, Khusnul. 2022. "Analisis Kualitas Pelayanan BSI Mobile (Studi Kasus Di BSI KCP Ajibarang)." UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto. <https://eprints.uinsaizu.ac.id/13668/>.
- Yusmad, Muammar Arafat. 2018. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*. 2nd ed. Yogyakarta: Deepublish. <http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/2/>.
- Yusuf, Mahmud, Sumarno Sumarno, and Parman Komarudin. 2022. "Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 13 (2): 271–85.

