

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN FITUR  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
DALAM PENGGUNAAN BSI MOBILE BANKING**

Nurul Hidayah<sup>1)</sup>, Susila Andriyati<sup>2)</sup>, Vina Rismayani<sup>3)</sup>, Viviannisa Victoria .P<sup>4)</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

<sup>1)</sup>[nurullhidayah1212@gmail.com](mailto:nurullhidayah1212@gmail.com), <sup>2)</sup>[susilaandriyati18@gmail.com](mailto:susilaandriyati18@gmail.com),

<sup>3)</sup>[vinarismayani55@gmail.com](mailto:vinarismayani55@gmail.com), <sup>4)</sup>[yiviannisav15@gmail.com](mailto:yiviannisav15@gmail.com)

**Abstrak.** Pada saat ini teknologi komunikasi dan informatika telah berkembang pesat. Dalam kondisi ini, Bank Syariah Indonesia berupaya memanfaatkan teknologi informasi untuk memberikan pelayanan yang cepat dan aman bagi nasabah dalam kegiatan transaksi. Bank Syariah Indonesia juga memperhatikan beberapa aspek yaitu aspek fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dengan adanya BSI *Mobile Banking*, diharapkan nasabah tidak perlu lagi menunggu antrian panjang di bank. BSI *Mobile Banking* merupakan salah satu fasilitas layanan informasi dari Bank Syariah Indonesia (BSI) yang telah memiliki akses ke rekening tabungan nasabah sehingga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi secara online melalui *smartphone*. Berdasarkan pemaparan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pengguna kualitas layanan *mobile banking* bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 86 orang dan teknik analisis data yang digunakan mencakup uji kualitas data (Validitas, Reliabilitas), uji asumsi klasik (Normalitas, Multikolinearitas dan Heterokedastisitas), analisis korelasi dan determinasi dan regresi linear berganda serta uji hipotesis uji-t (parsial) dan uji-F (simultan) dengan  $\alpha = 5\%$ . Dengan hasil uji-t berpengaruh negatif dan uji-f berpengaruh positif.

**Kata kunci:** *Mobile banking*, BSI, kualitas layanan, kepuasan nasabah

**Abstract.** At present, communication and information technology has developed rapidly. In this condition, Bank Syariah Indonesia seeks to utilise information technology to provide fast and secure services for customers in transaction activities. Bank Syariah Indonesia also pays attention to several aspects, namely aspects of flexibility, efficiency, and simplicity in providing services to customers. With BSI *Mobile Banking*, it is expected that customers no longer need to wait in long queues at the bank. BSI *Mobile Banking* is one of the information service facilities from Bank Syariah Indonesia (BSI) which has access to customer savings accounts so that it can be used to carry out various transactions online via a *smartphone*. Based on the explanation above, this study aims to determine how much customer satisfaction level users of mobile banking service quality for customers who use mobile banking. Respondents in this study were 86 people and the data analysis techniques used included data quality tests (Validity, Reliability), classical assumption tests (Normality, Multicollinearity and Heteroscedasticity), correlation and determination analysis and multiple linear regression and t-test hypothesis testing (partial) and F-test (simultaneous) with  $\alpha = 5\%$ . With the results of the t-test having a negative effect and the f-test having a positive effect.

**Keywords:** *Mobile banking*, BSI, service quality, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Pinontoan (2013) menyebutkan bahwa perkembangan teknologi dan informasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, termasuk dunia perbankan di Indonesia, hal ini tercermin dari persaingan yang semakin ketat antar perusahaan saat ini. Persaingan memaksa semua bisnis untuk bekerja lebih efektif dan efisien untuk mempertahankan kelangsungan bisnis (Amalia & Hastriana, 2022)<sup>1</sup>.

Teknologi informasi telah menjadi faktor kunci dalam keberhasilan perusahaan dan organisasi. Kemajuan yang pesat dalam komunikasi, media, dan teknologi informasi, serta pertumbuhan infrastruktur data global yang meluas, telah mengubah pola dan cara berbisnis di industri, perdagangan, pemerintahan, sosial politik, dan perbankan. Perkembangan ekonomi berbasis komputer telah menjadi paradigma global yang dominan. Di kota-kota besar saat ini sudah banyak pelaku ekonomi yang tidak lagi menggunakan uang tunai untuk transaksi pembayaran, tetapi sudah menggunakan layanan *digital* perbankan. Tentunya layanan ini memudahkan kita dalam melakukan aktivitas hidup (Ismulyaty et al., 2022)<sup>2</sup>.

*Mobile banking* merupakan layanan inovatif dalam industri perbankan yang memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan memudahkan transaksi nasabah. Saat ini, hampir semua bank konvensional maupun bank syariah memiliki layanan *mobile banking*. *M-Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan smartphone. Layanan *M-Banking* tersedia melalui aplikasi. *m-banking* tidak hanya memudahkan transaksi nasabah, tetapi juga membantu mengefisienkan layanan perbankan. Pertumbuhan *m-banking* yang didorong oleh perkembangan teknologi, media sosial, dan gaya hidup masyarakat akan memberikan peluang bagi industri perbankan untuk menghasilkan pendapatan dari penghasilan kena pajak, mengurangi biaya transaksi, mengembangkan bisnis, dan meningkatkan kepercayaan/loyalitas nasabah. Penggunaan *m-banking* juga memberikan kenyamanan dan kemudahan bertransaksi secara bebas, tidak terbatas oleh waktu dan lokasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2015)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Putri Amalia dan Anna Zakiyah Hastriana, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Fitur *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)", *Journal of Islamic Economis* Vol. 1 No.1 (2022).

<sup>2</sup> Sri Ismulyati, Nur Maini, dan May Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)", *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 8 No. 1 (2022).

<sup>3</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Bijak ber-Electronic Banking", Jakarta, Mei (2015).

Penentu yang paling penting dari kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan secara langsung. Oleh karena itu bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Layanan *mobile banking* ini sangat diminati oleh nasabah perbankan di Indonesia, khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) (Mauliddina et al., 2022). Hadir di tengah masyarakat muslim dan non muslim, BSI *Mobile* memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. (Bancin & Jannah, 2022)<sup>4</sup>.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini dimaksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pengguna kualitas layanan *mobile banking* bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI *Mobile Banking*”.

## **Kajian Pustaka**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler & Keller (2009), kualitas layanan (*service quality*) adalah penilaian pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan. Pelayanan yang baik akan membuat nasabah loyal terhadap suatu produk.

Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2016), ada lima kriteria yang perlu diperhatikan dalam menilai kualitas layanan:

1. *Reliability* (Kehandalan) yaitu Keahlian perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat dan memuaskan.
2. *Responsiviness* (Daya Tanggap) yaitu keinginan dan kemauan karyawan untuk melayani nasabah dengan cepat dan tanggap serta mengkomunikasikan informasi dengan jelas.
3. *Assurance* (Jaminan) yaitu menumbuhkan sifat amanah.
4. *Empathy* (Empati) yaitu memperhatikan nasabah untuk memahami kebutuhan mereka.

---

<sup>4</sup> Intan Wulan Dari Bancin dan Nurul Jannah, “Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile* dalam Pembayaran *E-Commerce*: Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU”, Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM) Vol. 2 No. 2 (2022).

5. *Tangibles* (Bukti Fisik) yaitu keahlian suatu perusahaan untuk menunjukkan sarana atau prasarana fisik sebagai bukti nyata dari layanan yang diberikan.

Kotler (2000) dalam bukunya menyatakan, kualitas pelayanan merupakan cara menilai apakah kualitas pelayanan yang diterima konsumen baik atau buruk. Kualitas dianggap baik jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan, dan kualitas dianggap buruk jika pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan. Kualitas layanan dipertimbangkan oleh perusahaan ketika nasabah ingin memilih produk atau jasa. Oleh karena itu bank harus memiliki standar operasional yang memberikan pelayanan yang memadai kepada nasabah (Devy & Fikriyah, 2022)<sup>5</sup>.

### **Kemudahan Transaksi**

Jogiyanto (2009) dalam bukunya menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan lebih mudah. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin dan percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sun dan Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil). (Romadloniyah & Prayitno, 2018)<sup>6</sup>.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* berarti layanan *mobile banking* bank mudah dipahami dan digunakan sehingga memudahkan nasabah untuk mempelajari cara bertransaksi menggunakan *m-banking*. Penerimaan penggunaan sistem juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut, hal ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan ini dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem (Hadi & Novi, 2015)<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Nurul Azizah Aunillah Devy dan Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro", *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* Vol. 2 No. 1 (2022).

<sup>6</sup> Alifatul Laily Romadloniyah dan Dwi Hari Prayitno, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan", *Jurnal Akuntansi* Vol. 3 No. 2, Fakultas Ekonomi, (Universitas Islam Lamongan, Juni 2018).

<sup>7</sup> Syamsul Hadi dan Hadi, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*", Vol. 5 No. 1 (2015).

### **Fitur Produk**

Menurut Schmitt (2010) fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan nasabah untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing. Menurut Poon (2011) terdapat beberapa indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *internet banking*, yaitu, kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk (Wibowo et al., 2015)<sup>8</sup>.

Masalah utama yang timbul dari meningkatnya jumlah pengguna ponsel adalah fungsionalitas dan jenis fitur yang perlu disediakan untuk memotivasi nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Keunggulan fitur, kemudahan dan aksesibilitas yang membuat *mobile banking* begitu menarik bagi nasabah diabaikan oleh para praktisi perusahaan.

Gerrard dan Cunningham (2014) juga mengartikan faktor-faktor lain yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan *m-banking*, yaitu kemampuan suatu inovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada situs web. Fungsi terkait layanan yang tersedia dengan *m-Banking*. Pembaruan produk terkait dengan ketersediaan teknologi yang tepat dan dukungan teknis, serta keberhasilan penerapan dan peningkatan layanan elektronik. (Iqbal et al., 2021)<sup>9</sup>.

### **Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah kondisi kinerja ketika nasabah puas dengan harapan mereka terhadap produk yang ditawarkan. Dalam praktiknya, kepuasan nasabah berbanding lurus dengan sikap menilai nasabah berdasarkan banyak dimensi, Nilai ini dapat diberikan oleh produk, layanan, atau sistem yang digunakan oleh nasabah. Setiap nasabah adalah pribadi yang unik, dengan kebutuhan dan perilaku yang berbeda-beda antara nasabah. Karena perbedaan ini, nasabah berusaha untuk mendapatkan kepuasan semaksimal mungkin. Tingkat kepuasan yang diterima konsumen dalam menggunakan barang disebut dengan utilitas. Total Utilitas merupakan jumlah total kepuasan yang diperoleh dengan

---

<sup>8</sup> Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)", Vol. 6 No. 1 (2015).

<sup>9</sup> Johandri Iqbal, Heriyani, dan Isroq Urrahmah, "Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking", Vol. 5 No. 2 (2021).

menggunakan sejumlah barang atau jasa tertentu. Sedangkan, *marginal utility* merupakan peningkatan atau penurunan kepuasan sebagai akibat dari peningkatan atau penurunan konsumsi unit produk atau jasa tertentu (Pangestu, 2022)<sup>10</sup>.

Menurut (Lupoyoadi, 2001) Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain (Atmaja, 2018)<sup>11</sup>:

1. Kualitas produk, pelanggan akan berasa puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi tetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### **Mobile Banking**

Bank menyediakan layanan *Mobile Banking (M-Banking)* yang memenuhi kebutuhan nasabah sebagai metode transaksi bank selain kantor cabang dan ATM. Dengan *mobile banking*, nasabah tidak perlu lagi membuang waktu menunggu di cabang bank atau ATM. Peralannya, kini banyak transaksi perbankan yang dapat dilakukan dengan mudah dan praktis kapan saja, di mana saja melalui ponsel. Contohnya adalah mentransfer dana antar rekening maupun antar bank, membayar tagihan, pembelian pulsa isi ulang, ataupun pengecekan mutasi rekening dan memeriksa saldo. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile banking* berupa *SIMtolkit* (Menu Layanan Data) maupun sms *plain* (sms manual) atau dikenal dengan *SMS banking*.

*Mobile banking* adalah langkah awal evolusi bank menjadi *Financial Service Provider (FSP)*. Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan

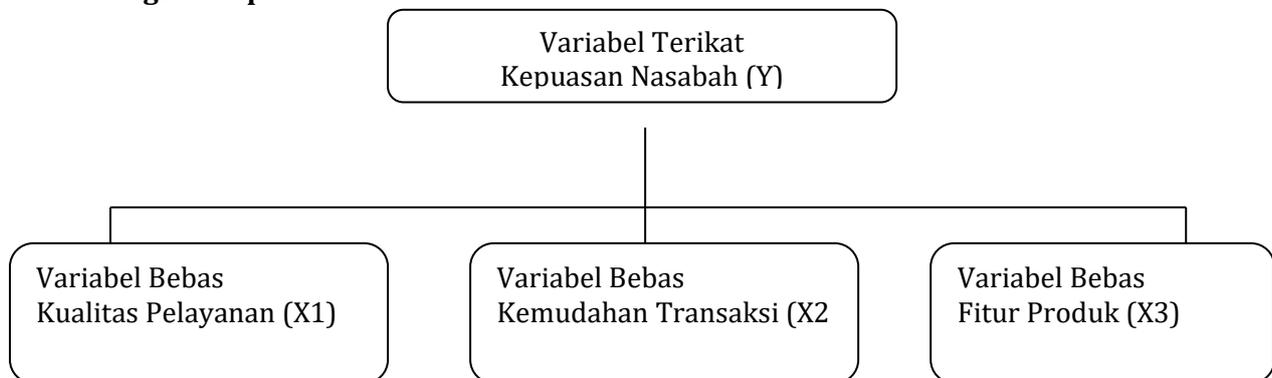
---

<sup>10</sup> Dimas Pangestu, "Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile", Vol. 2 No. 2 (2022).

<sup>11</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 1 (2018).

uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya. Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan ini bersifat pribadi dan disesuaikan dengan karakteristik nasabah, *mobile banking* adalah bagian dari perbankan elektronik yang menggunakan teknologi *mobile phone*. Ada dua macam bentuk *Mobile banking*, yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk *mobile internet service* yang diakses via GPRS (*internet*) connection. *Mobile banking* menjadi pilihan karena mudah digunakan, praktis, lebih aman (Tirtana & Sari, 2014). *Mobile banking* adalah sistem layanan yang memberikan kenyamanan dan kecepatan layanan keuangan secara *real-time* kepada nasabah. Satu pengecualian layanan yang tidak disediakan *m-banking* adalah penarikan tunai. (Parera & Susanti, 2021)<sup>12</sup>.

### Kerangka Berpikir



### Hipotesis

- H<sub>a1</sub>: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna BSI *Mobile Banking*
- H<sub>a2</sub> : Terdapat pengaruh kemudahan transaksi (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna BSI *Mobile Banking*
- H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh fitur produk (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna BSI *Mobile Banking*

### METODE PENELITIAN

#### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kausal (*Causal Study*), yaitu peneliti akan menguji hipotesis dan menguji pengaruh

<sup>12</sup> Evi Susanti dan Novita Oktavianti Parera, "Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Pengguna Mobile Banking", *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, Vol. 2 No. 1 (2021).

variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah pengguna *BSI Mobile Banking*.

### **Variabel Penelitian**

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat atau (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan *BSI Mobile Banking*.

### **Sampel Penelitian**

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner (dengan skala Likert) kepada responden nasabah pengguna *BSI Mobile Banking*. Data kuesioner merupakan sejumlah pernyataan yang mewakili empat variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kemudahan transaksi ( $X_2$ ), dan fitur produk ( $X_3$ ), dan kepuasan nasabah ( $Y$ ) pengguna *BSI Mobile Banking* dengan skala jawaban 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, dan 4 = sangat setuju untuk setiap pernyataan yang diajukan.

Berdasarkan teori Gay dan Diehl (1992) mengungkapkan bahwa ukuran sampel untuk kepentingan korelasional dibutuhkan minimal sebanyak 30 responden. Oleh karena itu, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 86 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Uma Sekaran dan Roger Bougie (2007:76) mendefinisikan bahwa *purposive sampling* adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan dapat memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam memberikan informasi (A. Ningsih, M. Sasmita, & Sari, 2021)<sup>13</sup>. Dan alat analisis menggunakan SPSS 25.0.

Analisis data kuantitatif mencakup uji kualitas data (Validitas, Reliabilitas), uji asumsi klasik (Normalitas, Multikolinearitas dan Heterokedastisitas), analisis korelasi dan determinasi dan regresi linear berganda serta uji hipotesis uji-t (parsial) dan uji-F (simultan) dengan  $\alpha = 5\%$ .

---

<sup>13</sup> Hutami A. Ningsih, Endang M. Sasmita, Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa", Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol. 4 No.1 (2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas adalah uji pernyataan mengenai seberapa akurat data yang terkandung dalam survei untuk mengukur apa yang akan diukur (Yusup, 2018)<sup>14</sup>. Untuk mengetahui apakah pernyataan yang diberikan kepada responden sudah dianggap valid, peneliti melakukan survei terhadap 86 responden nasabah Bank Syariah Indonesia.

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	<i>Corrected item - Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	Layanan BSI Mobile Banking dapat meningkatkan efektivitas pelayanan kegiatan perbankan	0,807	0.212	VALID
2	BSI Mobile Banking memberikan kemudahan bagi semua nasabah	0,807	0.212	VALID
3	BSI Mobile Banking dapat digunakan sebagai alat transaksi secara berkelanjutan	0,808	0.212	VALID
4	BSI Mobile Banking memberikan keamanan untuk melindungi privasi nasabah	0,457	0.212	VALID
5	Sistem informasi pada layanan BSI Mobile memberikan informasi yang bebas dari kesalahan	0,444	0.212	VALID

Tabel 1.2

No.	Pernyataan	<i>Corrected item - Total Correlation</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	Saya merasa mudah untuk menggunakan BSI Mobile Banking	0,608	0.212	VALID
2	Saya merasa menggunakan BSI Mobile Banking sangat praktis	0,668	0.212	VALID

<sup>14</sup> Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol. 7 No. 1 (2018).

3	Saya merasa mudah untuk mendapatkan apa yang saya butuhkan seperti informasi saldo, transfer antar rekening, dan pembayaran tagihan dalam menggunakan BSI Mobile Banking	0,763	0.212	VALID
4	Menggunakan BSI Mobile Banking dapat mengefisiensi waktu nasabah karena tidak perlu datang ke bank	0,828	0.212	VALID
5	Menu yang tersedia pada BSI Mobile Banking sangat mudah dimengerti	0,800	0.212	VALID

Tabel 1.3

No.	Pernyataan	<i>Corrected item - Total Correlation</i>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Fitur Layanan Pada BSI Mobile Banking memberikan kemudahan dalam mengakses informasi	0,200	0.212	VALID
2	Adanya fitur tambahan membuat nasabah berminat menggunakan BSI Mobile Banking	0,822	0.212	VALID
3	Fitur BSI Mobile Banking memiliki keberagaman layanan informasi	0,822	0.212	VALID
4	BSI Mobile Banking memiliki berbagai tampilan fitur yang mudah dipahami	0,802	0.212	VALID
5	BSI Mobile Banking memiliki keberagaman fitur layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah	0,836	0.212	VALID

Tabel 1.4

No.	Pernyataan	<i>Corrected item - Total Correlation</i>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Layanan yang diberikan BSI Mobile Banking sesuai dengan harapan nasabah	0,495	0.212	VALID

2	Secara keseluruhan saudara puas dengan layanan yang diberikan oleh BSI Mobile Banking	0,358	0.212	VALID
3	Secara Keseluruhan saudara puas dengan kinerja produk BSI Mobile Banking	0,420	0.212	VALID
4	Fitur-fitur yang disediakan oleh BSI Mobile Banking sesuai dengan kebutuhan Anda	0,535	0.212	VALID
5	Saudara akan menggunakan kembali layanan BSI Mobile Banking karena kemudahan transaksi	0,592	0.212	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26,0 (2022)

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan yang mewakili keempat variabel adalah valid, karena nilai  $r$  hitung, koefisien korelasi Product Moment Carl Pearson (rentang 0.851 – 1.000) lebih besar dari  $r$  tabel (0.212) dengan  $df = 86 - 2 = 84$  dan  $\alpha = 5\%$ .

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keakuratan dari suatu instrument<sup>15</sup>. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *cronbach's alpha*. Metode pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan limit 0,60. Suatu variabel yang reliabel adalah  $> 0,60$ . Pengujian dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS 25.

Tabel 1.5 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of item	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,677	5	Realiabel
Kemudahan Transaksi	0,787	5	Realiabel
Fitur Produk	0,751	5	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,643	5	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 25,0 (2022)

Uji reliabilitas pada Tabel diatas menunjukkan keempat data instrumen variabel penelitian adalah reliabel karena nilai koefisien korelasi  $r$  *Alpha Cronbach* dari keempat variabel lebih besar dari nilai standard reliabilitas 0,60.

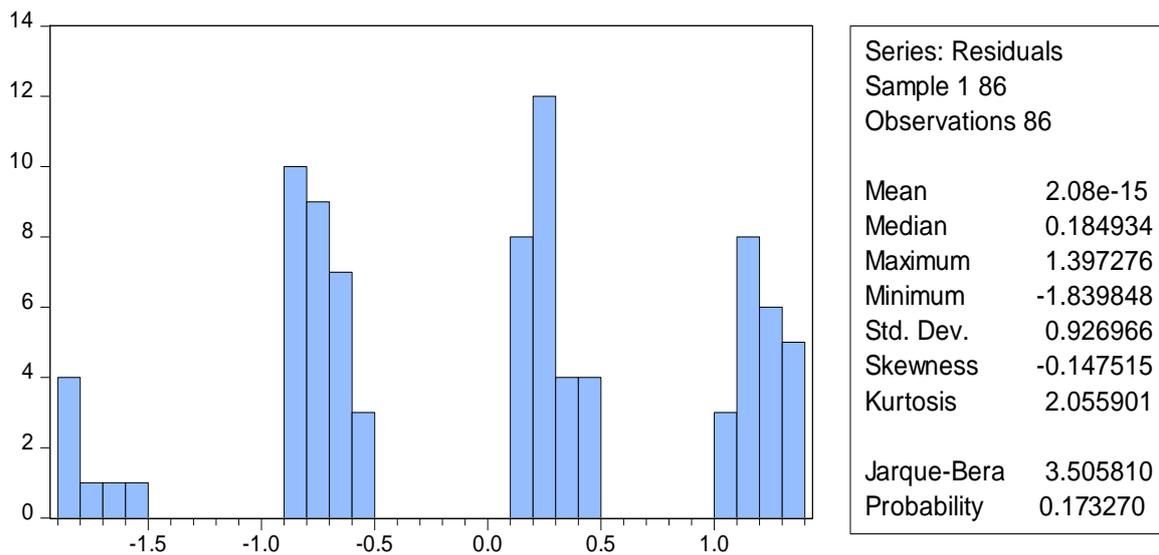
<sup>15</sup> *Ibid*

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Hidayat & Sadewa, 2020)<sup>16</sup>. Uji yang digunakan adalah uji *Jarque Bera*. Kriteria penilaian statistic JB yakni:

Probabilitas  $JB > \alpha = 5\%$ , maka residual terdistribusi normal

Probabilitas  $JB < \alpha = 5\%$ , maka residual tidak terdistribusi normal



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas (Sumber: Data diolah Eviews 10)

Dari Gambar 1 diatas, didapatkan nilai dari *Jarque-Bera* adalah sebesar 3,505810 dengan probabilitas sebesar 0,173270. Berdasarkan kriteria penilaian statistik JB, dengan nilai probabilitas sebesar  $0,173270 > \alpha = 5\%$  yakni 0,05, maka dapat dikatakan residual terdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel-variabel bebas. Uji keberadaan multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF)* dari variabel-variabel penjelas (Hidayat & Sadewa, 2020)<sup>17</sup>. Hasil uji multikolinieritas disajikan dalam tabel di bawah ini.

<sup>16</sup> Angga Hidayat dan Prima Sadewa, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi EIEWS Terhadap Sikap Belajar dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik", Jurnal Pendidikan, Vol. 4 No. 1 (2020).

<sup>17</sup> Ibid

Tabel 2.1 Pengukuran Nilai VIF

Variance Inflation Factors  
Date: 12/18/22 Time: 12:13  
Sample: 1 86  
Included observations: 86

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	2.044887	197.4399	NA
TOTALX1	0.005232	151.1099	1.285356
TOTALX2	0.004312	127.6163	1.282701
TOTALX3	0.003808	113.4071	1.092269

Sumber : Data diolah Eviews 10

Berdasarkan tabel 2.1, dapat melihat hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF), diketahui bahwa perhitungan nilai VIF seluruh variabel bebas berada dibawah 10 atau lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk mengetahui apakah varian dari variabel gangguan tidak konstan atau disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan pola main metode BP, jika hitung chi-square lebih besar dari nilai critical chi-square  $\alpha = 1\%$  atau  $\alpha = 5\%$ , maka hasil regresi mengandung masalah heteroskedastisitas (Hengkeng et al., 2018)<sup>18</sup>.

Tabel 2.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.015374	Prob. F(9,76)	0.4356
Obs*R-squared	9.230848	Prob. Chi-Square(9)	0.4162
Scaled explained SS	4.430632	Prob. Chi-Square(9)	0.8809

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 12/18/22 Time: 12:02

<sup>18</sup> Jerry Andreas Hengkeng, Een N. Walewangko, dan Audie O. Niode, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CAPITAL ADEQUACY RATIO BANK SULUT-GO TAHUN 2002.I - 2017.IV", Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 18 No. 4 (2018).

Sample: 1 86

Included observations: 86

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	28.85447	20.28373	1.422543	0.1590
TOTALX1^2	0.095773	0.046714	2.050220	0.0438
TOTALX1*TOTALX2	-0.035744	0.050810	-0.703485	0.4839
TOTALX1*TOTALX3	0.055118	0.047564	1.158804	0.2502
TOTALX2^2	-3.757557	1.747720	-2.149976	0.0347
TOTALX2*TOTALX3	0.010868	0.046345	0.234509	0.8152
TOTALX3^2	0.009113	0.036907	0.246912	0.8056
TOTALX3	0.092190	1.317956	0.069949	0.9444
R-squared	0.107335	Mean dependent var		0.849275
Adjusted R-squared	0.001625	S.D. dependent var		0.877808
S.E. of regression	0.877095	Akaike info criterion		2.684541
Sum squared resid	58.46643	Schwarz criterion		2.969930

Sumber : Data diolah Eviews versi 10

Berdasarkan tabel 2.2 diatas, nilai chi square hitung ( $n.R^2$ ) sebesar 9,230848 diperoleh dari informasi  $Obs \cdot R^2$  yaitu jumlah observasi yang dikalikan dengan koefisien determinasi. Sedangkan nilai chi square tabel ( $\chi^2$ ) pada  $\alpha = 5\%$  dengan df sebesar 4 adalah 9,48. Karena nilai chi square hitung ( $n.R^2$ ) sebesar 9,230848 < chi squared tabel ( $\chi^2$ ) sebesar 9,48, maka tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas pada model regresi berganda.

### Regresi Linear Berganda

Tabel 2.3 Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: \_TOTALY

Method: Least Squares

Date: 12/18/22 Time: 12:16

Sample: 1 86

Included observations: 86

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	15.50664	1.429995	10.84383	0.0000
TOTALX1	-0.058358	0.072336	-0.806770	0.4221
TOTALX2	-0.009102	0.065669	-0.138603	0.8901

TOTALX3	0.023615	0.061713	0.382652	0.7030
R-squared	0.011296	Mean dependent var		14.75581
Adjusted R-squared	-0.024876	S.D. dependent var		0.932246
S.E. of regression	0.943771	Akaike info criterion		2.767528
Sum squared resid	73.03764	Schwarz criterion		2.881684
Log likelihood	-115.0037	Hannan-Quinn criter.		2.813470
F-statistic	0.312284	Durbin-Watson stat		1.640894
Prob(F-statistic)	0.816446			

$$Y = 15,50664 - 0,058358 - 0,009102 + 0,023615$$

Dari regresi di atas maka dapat diinterpretasikan hasil penelitian:

- Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 15,50664. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh searah antara variabel independen dan dependen.
- Nilai koefisien regresi untuk variable kualitas pelayanan (X1) sebesar -0,058358. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negative (berlawanan arah) antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.
- Nilai koefisien regresi untuk variable kemudahan transaksi (X2) sebesar -0,009102. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negative (berlawanan arah) antara variabel kemudahan transaksi dan kepuasan nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.
- Nilai koefisien regresi untuk variable fitur produk (X3) yaitu sebesar 0,023615. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

### Uji Hipotesis

#### Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan ketika variabel dependen terdiri dari satu dan dapat dikatakan signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel penjelas tidak signifikan.

##### a. Taraf Nyata

Dengan menggunakan signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), dengan  $df (n-k) = (86 - 3) = 83$ , maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,989. ( $n =$  jumlah observasi,  $k =$  jumlah variabel bebas)

##### b. Kriteria Pengujian

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < 1,989$ .

$H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > 1,989$ .

c. Rumusan hipotesis statistik :

$H_0$  :  $\beta_1 < 1,989$ , artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

$H_a$  :  $\beta_1 > 1,989$ , artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

$H_0$  :  $\beta_2 < 1,989$ , artinya variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

$H_a$  :  $\beta_2 < 1,989$ , artinya variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

$H_0$  :  $\beta_3 < 1,989$ , artinya variabel fitur produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

$H_a$  :  $\beta_3 < 1,989$ , artinya variabel fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

1. Pengujian nilai kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah adalah :  
Tabel 2.4 Hasil Uji T Kualitas Pelayanan

Variabel	Koefisien	t-statistik/ t-hitung	t-tabel	Probabilitas	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	-0.058358	-0.806770	1,989	0,4221	Terima $H_0$

Sumber : Data diolah Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung sebesar -0,806770 lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,989 Maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile Banking*.

2. Pengujian nilai kemudahan transaksi secara parsial terhadap kepuasan nasabah adalah :

Tabel 3.1 Hasil Uji T Kemudahan Transaksi

Variabel	Koefisien	t-statistik/ t-hitung	t-tabel	Probabilitas	Kesimpulan
Mudah Transaksi	-0,009102	-0,138603	1,989	0,8901	Terima $H_0$

Sumber : Data diolah Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung sebesar -0,138603 lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,989 Maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , yang berarti bahwa kemudahan transaksi berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking.

3. Pengujian nilai fitur produk secara parsial terhadap kepuasan nasabah adalah :  
Tabel 3.2 Hasil Uji T Fitur Produk

Variabel	Koefisien	t-statistik/ t-hitung	t-tabel	Probabilitas	Kesimpulan
Fitur Produk	0,023615	0,382652	1,989	0,7030	Terima $H_0$

Sumber : Data diolah Eviews 10

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung sebesar 0,023615 lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,989 Maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , yang berarti bahwa variabel fitur produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking.

### Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk pengujian pengaruh variabel-variabel bebas secara keseluruhan atau secara bersama-sama, yaitu untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BSI Mobile Banking.

- a. Taraf nyata:

Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5 % atau tingkat keyakinan 95% dengan derajat kebebasan  $df = (k-1) (df_1) (n-k) (df_2) = (4-1) (86-3) = (3) (83)$ , diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,715 untuk seluruh model persamaan. ( $k$  = Total Variabel,  $n$ = jumlah observasi)

- b. Kriteria Pengujian:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < 2,715$

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > 2,715$

c. Rumusan hipotesis statistik:

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 < 2,715$  = Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 2,715$  = Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.

Tabel 3.3 Hasil Uji F

Variabel	f-statistik	f-tabel	Probabilitas	Kesimpulan
KP, KT, dan FP	0.312284	2,715	0.816446	Terima $H_0$

Sumber : Data diolah Eviews 10

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa f-hitung sebesar 0.312284 lebih kecil daripada f-tabel sebesar 2,715. Maka menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , yang berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BSI *Mobile Banking*.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking***

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile Banking*. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar -0.058358. Nilai koefisien negatif menunjukkan tidak adanya hubungan yang searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

#### **Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI *Mobile Banking***

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI *Mobile Banking*. Nilai koefisien regresi

variabel kualitas pelayanan sebesar -0,009102. Nilai koefisien negatif menunjukkan tidak adanya hubungan yang searah antara kemudahan transaksi dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

### **Pengaruh Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *BSI Mobile Banking*. Nilai koefisien regresi variabel layanan mobile banking sebesar 0,023615. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara layanan mobile banking dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

### **Simpulan**

Dari uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan:

- 1) Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini didapatkan nilai t sebesar -0.806770 sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$  (-0.806770 < 1.989), maka Kualitas Pelayanan berpengaruh negatif. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka nasabah akan merasa semakin puas. Jika pelayanan yang diberikan kurang baik maka nasabah akan merasa ekspektasinya tidak terpenuhi dan tidak merasa puas atas pelayanan yang diberikan.
- 2) Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini didapatkan nilai t sebesar -0.138603 dan signifikansi < 0.05 sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$  (-0.138603 < 1.989), maka Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan *BSI Mobile Banking*.
- 3) Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini didapatkan nilai t sebesar 0.382652 dengan signifikansi 0.7 sehingga  $T_{hitung} < T_{tabel}$  (0.382652 < 1.989) dan signifikansi < 0.05 sehingga Fitur Produk yang tersedia pada BSI Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan *BSI Mobile Banking*.
- 4) Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini didapatkan nilai F sebesar 0.312284 sehingga  $F_{hitung} < F_{tabel}$  (0.312284 < 1.989) berpengaruh positif dan tidak signifikan sehingga secara simultan Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan *BSI Mobile Banking*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). *Pengaruh Kemanfaatan , Kemudahan Keamanan , dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus BSI KCP Sumenep ).* 1, 70–89.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Bancin, I. W. D., & Jannah, N. (2022). Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 1487–1499.
- Devy, N. A. A., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1386–1398.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hengkeng, J. A., Walewangko, E. N., & Niode, A. O. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Capital Adequacy Ratio Bank Sulut-Go Tahun 2002.I - 2017.Iv. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(4), 84–95.
- Hidayat, A., & Sadewa, P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Eviews Terhadap Sikap Belajar dan Kemampuan Pemecahan Masalah Statistik. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 321–328. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v4i1.253>
- Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Mauliddina, P., Mustika, D., Prodi, M., Syariah, P., & Syariah, D. P. (2022). *The Effect of Mobile banking Service Quality on Customer Satisfaction with Indonesian Sharia Bank ( BSI ) at Thursina Hospital The Effect of Mobile banking Service Quality on Customer Satisfaction with Indonesian Sharia Bank ( BSI ) at Thursina Hospital P. 0117, 79–97.*
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-eBanking. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–91.
- Pangestu, D. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile.* 2(2), 72–86.

- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Pengguna Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 2(1), 42–52.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25, 671–688. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/4589>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.