

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FITUR APLIKASI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *BYOND BSI*

Sintia Apriliani, Khoiriyah Trianti, Eny Widayawati

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang
Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia*

LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: 22001092053@unisma.ac.id

ABSTRAK

Riset ini bermaksud untuk menyelidiki sejauh mana kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi memengaruhi kepuasan nasabah dalam memakai aplikasi *mobile banking Byond BSI*. Studi ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan pesat layanan perbankan digital di Indonesia, serta tantangan yang dihadapi pengguna *Byond BSI*, seperti kendala sistem, fitur yang kurang optimal, dan keluhan layanan pelanggan. Menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif asosiatif, studi ini mengumpulkan data dari sampel pengguna aplikasi *Byond BSI* melalui kuesioner daring dengan teknik *accidental sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasilnya mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi baik secara individu maupun bersama-sama, memiliki dampak positif dan sig. pada kepuasan nasabah. Variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan ialah kualitas layanan. Maka, krusial untuk menaikkan kualitas dan stabilitas aplikasi *Byond BSI* guna mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

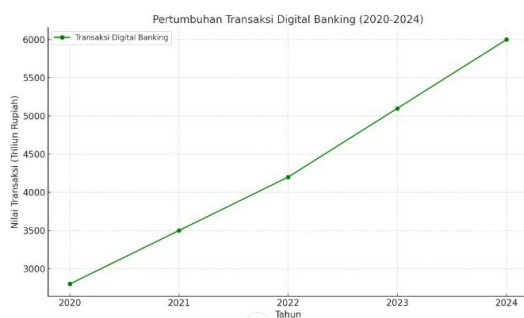
This research aims to examine the extent to which service quality, application features, and transaction convenience influence customer satisfaction in using the Byond BSI mobile banking application. The study is motivated by the rapid expansion of digital banking services in Indonesia, along with several challenges experienced by Byond BSI users, such as system disruptions, suboptimal features, and complaints about customer service. Adopting a quantitative descriptive-associative approach, data were collected from users of the Byond BSI application through an online questionnaire using an accidental sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The findings reveal that service quality, application features, and transaction convenience, both individually and collectively, have a positive and significant impact on customer satisfaction. Among these variables, service quality emerged as the most influential factor affecting customer satisfaction. Therefore, enhancing the quality and stability of the Byond BSI application is essential to maintain and increase customer loyalty in the digital era.

Keywords: Service Quality, Application Features, Transaction Convenience, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital sudah mendorong transformasi *sig.* dalam sektor perbankan Indonesia. Masyarakat kini semakin terbiasa memanfaatkan layanan perbankan berbasis teknologi seperti *mobile banking* dan *internet banking*, yang menawarkan kemudahan dan efisiensi transaksi (Sihotang *et al.*, 2023). Transformasi ini juga mendorong perbankan untuk terus berinovasi dalam menaikkan kualitas layanan dan memenuhi ekspektasi nasabah yang menuntut kecepatan, kenyamanan, serta keamanan dalam bertransaksi.

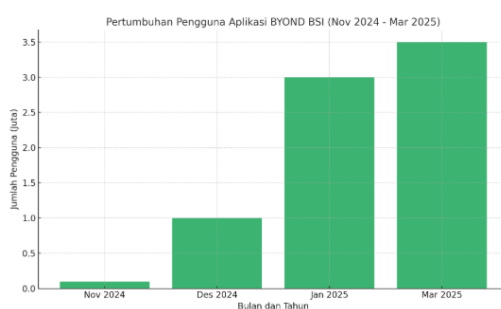
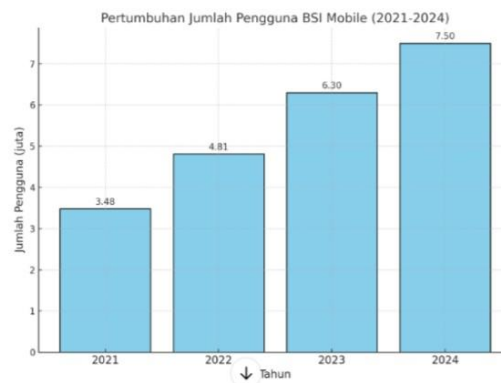


Gambar 1. Pertumbuhan Transaksi Digital Banking
Sumber: Databoks (2024)

Data dari Bank Indonesia mengindikasikan kenaikan drastis nilai transaksi *digital banking*, dari Rp2.800 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp5.100 triliun pada tahun 2023 (Databoks, 2024). Kenaikan ini mencerminkan ketergantungan masyarakat pada layanan digital semakin kuat. Pada hal ini, aksesibilitas, fitur inovatif, dan mutu layanan menjadi elemen utama dalam membentuk kepuasan nasabah pada *mobile banking*.

Sebagai bagian dari respon pada perubahan ini, BSI merilis aplikasi *Byond BSI* sebagai versi terbaru pengganti *BSI Mobile*. Aplikasi ini dirancang untuk

menjawab kebutuhan transaksi digital berbasis syariah dengan fitur yang lebih lengkap dan tampilan yang lebih *modern* (Muhammad *et al.*, 2024).



Gambar 2. Pertumbuhan Pengguna Aplikasi
BYOND BSI

Sumber: BSI News (2024)

Meski sudah mengalami pengembangan, *Byond BSI* belum sepenuhnya mampu menarik minat pasar. Sesuai survei BSI *official news* tahun 2025, aplikasi ini hanya menempati peringkat ketujuh dalam daftar aplikasi perbankan digital yang paling diminati masyarakat.



Gambar 3. Aplikasi Keuangan Terpopuler di
Indonesia

Sumber: BSI News (2025)

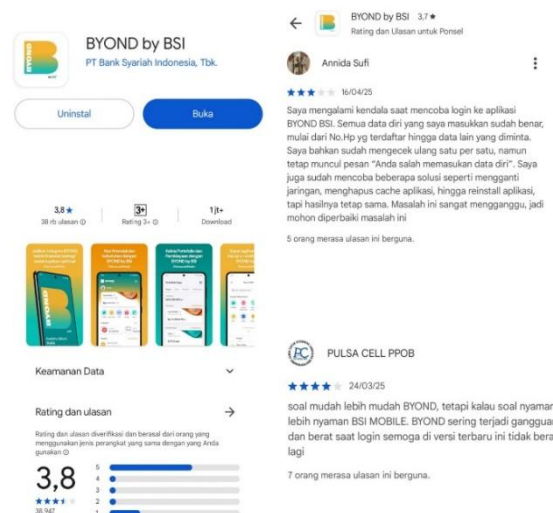
Persaingan ketat di industri ini membuat keamanan sistem, pengalaman pengguna, serta stabilitas layanan menjadi elemen yang sangat menentukan loyalitas nasabah. Kejahatan digital seperti *smishing* (penipuan via pesan singkat), *phishing*, dan penyebaran tautan palsu di media sosial sudah menjadi ancaman yang nyata bagi pengguna aplikasi *Byond BSI*. Penipu sering menyamar sebagai pihak resmi BSI dan menyebarkan tautan yang mengarahkan korban ke situs palsu guna mencuri data pribadi nasabah.



Gambar 4. Informasi dari BSI
Sumber: Turnbackhoax.id (2024)

Selain isu keamanan, pengguna juga menghadapi berbagai gangguan teknis. Ulasan di *Google Play Store* mengungkapkan bahwa banyak pengguna mengeluhkan kesulitan mengakses aplikasi, terutama di malam hari, serta adanya transaksi gagal tanpa penjelasan yang jelas. Gangguan yang berlangsung sejak awal Februari 2025 bahkan menyebabkan

sebagian nasabah berpindah ke bank lain karena merasa tidak nyaman dengan layanan *Byond BSI*.



Gambar 5. Rating dan keluhan pengguna *Byond BSI* di *Playstore*

Sumber: *Google Playstore* (2025)

Pada kerangka teori, kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi ialah tiga variabel yang berpengaruh kuat pada kepuasan nasabah, sebagaimana dijelaskan dalam teori *SERVQUAL* (Parasuraman *et al.*, 1988) dan *TAM* (Davis, 1989). Jika ketiga faktor ini terpenuhi, maka nasabah akan merasa lebih nyaman dan loyal pada layanan yang digunakan.

Sesuai beragam permasalahan yang sudah diuraikan, serta mempertimbangkan ketidakkonsistenan hasil studi sebelumnya terkait hubungan antara kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi dengan kepuasan nasabah, maka penting dilaksanakan studi lanjutan untuk mendalami persoalan ini. Studi ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi teoritis bagi akademisi dan saran strategis bagi praktisi perbankan, khususnya dalam pengembangan layanan digital yang lebih adaptif dan aman bagi pengguna.

Maka, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam sebuah studi dengan judul: “**Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Aplikasi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Aplikasi *Byond BSI***”.

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam menggunakan *Byond BSI*?
2. Apakah fitur aplikasi berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam menggunakan *Byond BSI*?
3. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam menggunakan *Byond BSI*?
4. Apakah kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi berpengaruh secara simultan pada kepuasan nasabah *Byond BSI*?
5. Apa variabel yang memiliki pengaruh terbesar pada tahap kepuasan nasabah *Byond BSI*?

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan jasa berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui layanan yang bersifat tidak berwujud dan dikonsumsi secara bersamaan. Model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman *et al.* dalam Kurniati (2025) digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan berdasarkan lima dimensi, yaitu keberwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Melalui model ini, perusahaan dapat mengidentifikasi kelemahan layanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta

mempertahankan daya saing (Tjiptono, 2014).

Fitur Aplikasi

Fitur aplikasi *mobile banking* merupakan layanan digital yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, mulai dari transfer, pembayaran tagihan, hingga *top up* dompet digital. Penerimaan pengguna terhadap fitur ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan kegunaan dan kemudahan penggunaan sebagai faktor utama adopsi teknologi (Davis, 1989 dalam Santi & Erdani, 2021). Dengan akses mudah melalui *smartphone*, *mobile banking* dinilai lebih praktis, efisien, dan mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah (Tampubolon, 2015 dalam Kurniati *et al.*, 2025).

Kemudahan Transaksi

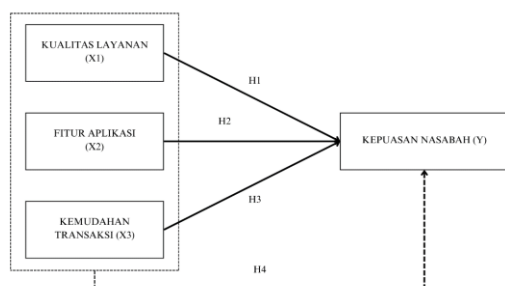
Kepuasan pengguna bisa meningkat jika suatu sistem dirancang agar mudah digunakan, dipahami, dan diakses. Hayat dan Busman (2023) menyebutkan bahwa kemudahan transaksi ialah sejauh mana suatu sistem bisa dipakai secara efektif tanpa hambatan untuk meraih maksud tertentu. Pada dunia digital, kemudahan ini mencakup beberapa aspek krusial seperti pengoperasian yang mudah, tampilan antarmuka yang jelas, kemampuan pengguna untuk beradaptasi, dan fleksibilitas akses. Semua aspek tersebut bermaksud untuk menciptakan pengalaman transaksi yang lebih nyaman dan efisien.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan *customer* ialah hasil dari perbandingan yang dilaksanakan oleh *customer* pada produk atau layanan yang sudah mereka gunakan dengan ekspektasi

atau harapan yang mereka miliki sebelumnya. Monica dan Franky (2022), kepuasan muncul saat pengalaman penggunaan suatu produk atau layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Ini bisa menaikkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Maka, kepuasan *customer* dapat menjadi cerminan seberapa baik sebuah perusahaan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan *customernya* secara berkelanjutan.

Kerangka Hipotesis



Gambar 6. Kerangka Hipotesis
Sumber: Data diolah, 2024

METODE PENELITIAN

Studi ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Maksudnya ialah untuk mengkaji pengaruh variabel X1, X2, dan X3 pada variabel Y pengguna aplikasi *Byond BSI*. Studi ini berlokasi di BSI untuk mencerminkan perkembangan perbankan syariah di era digital. Ada tiga variabel X dalam studi ini, yaitu kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi, serta satu variabel Y, yaitu kepuasan nasabah. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* memakai skala *Likert*. Sampel dipilih secara acak dengan syarat-syarat khusus, dan jumlah partisipan minimal ditentukan sesuai jumlah indikator studi. Data primer diraih langsung dari

partisipan, sementara data sekunder berasal dari dokumen yang relevan. Analisis data dilaksanakan dengan bantuan SPSS versi 27, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), regresi linear berganda, serta uji t, uji F, koefisien determinasi (R^2), dan identifikasi variabel dominan.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Studi ini berlokasi di BSI, bank syariah terbesar di Indonesia yang ialah hasil *merger* tiga bank syariah BUMN pada 1 Februari 2021. BSI mengoperasikan lebih dari 1.200 cabang yang tersebar di seluruh negeri dengan pedoman prinsip syariah di bawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah. Selain menyediakan layanan dasar seperti *BSI Mobile* dan produk simpan pinjam, BSI juga berfokus pada pemberdayaan UMKM dan penguatan ekonomi umat. Melalui inovasi *Byond BSI*, perusahaan ini juga mendorong digitalisasi ekonomi syariah lewat kolaborasi dengan beragam industri dan komunitas. Data untuk studi ini dikumpulkan dari seluruh kantor BSI di Indonesia melalui survei *online* dan metode langsung. Secara struktural, BSI terbagi menjadi tiga divisi utama (Operasional, *Marketing*, dan *Back Office*) yang dikelola oleh *Branch Manager* dan manajer operasional secara hierarkis.

Gambaran Umum Responden

Pada studi ini, data dikumpulkan dari nasabah BSI yang aktif memakai aplikasi *Byond BSI* untuk bertransaksi. Pengumpulan data dilaksanakan dengan

menyebarkan kuesioner secara *daring* melalui berbagai media sosial, seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok*. Partisipan didominasi oleh perempuan dengan persentase 73,6% dan sebagian besar (86,1%) berada pada rentang usia 17–25 tahun. Tahap pendidikan partisipan mayoritas ialah S1 (75%) dan sebagian besar berprofesi sebagai mahasiswa (61,1%). Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna aplikasi *Byond BSI* umumnya ialah kalangan muda berpendidikan tinggi.

Uji Validitas

Pada studi ini, uji validitas dilaksanakan dengan membandingkan skor *r* hitung dengan skor *r* tabel sebesar 0,095 (dengan $n=420$ dan $\alpha=0,05$). Sesuai hasil analisis, semua butir pertanyaan pada variabel X1, X2, X3, dan Y mengindikasikan skor *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel. Maka, seluruh instrumen studi ini dianggap *valid* dan bisa dipakai.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		N of Items
	.680	26

Gambar 7 Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data diolah

Instrumen studi dinyatakan reliabel dan layak untuk dipakai dalam mengukur variabel secara konsisten karena sudah melewati uji reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Uji tersebut menghasilkan skor sebesar 0,680 dari 26 item ungkapan, yang melebihi batas minimum 0,6.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* mengindikasikan skor (*sig.*) sebesar 0,200. Karena skor tersebut lebih besar dari 0,05, bisa

diringkaskan bahwa data residual terdistribusi secara normal.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		Unstandardized Residual
		420
Normal Parameters ^{a,b}		Mean
		.0000000
		Std. Deviation
		1.21269086
Most Extreme Differences		Absolute
		.089
		Positive
		.076
		Negative
		-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^a
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah

Maka, model regresi yang dipakai sudah memenuhi asumsi normalitas dan bisa dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	
1	X1	.793	1.261	
	X2	.777	1.287	
	X3	.820	1.219	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah

Sesuai hasil uji multikolinearitas, model regresi yang dipakai layak untuk analisis regresi berganda. Ini karena semua variabel (*X*) mengindikasikan skor *tolerance* di atas 0,10 dan skor *VIF* di bawah 10. Maka, bisa diringkaskan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas yang *sig.* dalam model tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.593	1.189		
	X1	.003	.031	.005	.923
	X2	.052	.037	.079	.167
	X3	-.001	.034	-.002	.968

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah

Sesuai hasil uji heteroskedastisitas, bisa diringkaskan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Ini terbukti dari skor (*sig.*) semua variabel (X1, X2, dan X3) yang skornya di atas 0,05. Maka, model regresi ini memenuhi syarat untuk dipakai dalam analisis berikutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda mengindikasikan adanya pengaruh positif

Tabel 4 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.755	1.576		.003
	Kualitas Layanan (X1)	.245	.040	.278	.000
	Fitur Layanan (X2)	.221	.050	.200	.000
	Kemudahan Transaksi (X3)	.277	.045	.275	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan (Y)

Sumber: Data diolah

dari variabel X1, X2, dan X3 pada variabel Y. Sesuai persamaan regresi yang dihasilkan ($Y = 4.755 + 0.245 X1 + 0.221 X2 + 0.277 X3$), tiap kenaikan pada salah satu variabel (X1, X2, dan X3) akan berkontribusi pada kenaikan kepuasan nasabah. Besarnya kontribusi ini diwakili oleh skor koefisien regresi tiap variabel.

Uji t

Tabel 5 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.755	1.576		.003
	Kualitas Layanan (X1)	.245	.040	.278	.000
	Fitur Layanan (X2)	.221	.050	.200	.000
	Kemudahan Transaksi (X3)	.277	.045	.275	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Layanan (Y)

Sumber: Data diolah

Ketiga variabel, yaitu X1, X2, dan X3, terbukti secara parsial memberikan pengaruh positif dan *sig.* pada variabel Y. Ini terlihat dari hasil uji t di mana skor t hitung dari tiap variabel melebihi 1,966, sementara skor *sig.* kurang dari 0,05.

Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	302.933	3	100.978	68.408
	Residual	614.064	416	1.476	
	Total	916.998	419		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Sumber: Data diolah

Sesuai uji F, diketahui bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara simultan memiliki pengaruh yang *sig.* pada variabel Y. Ini ditunjukkan oleh skor F-hitung sebesar 68,408 yang jauh lebih besar dari F-tabel

(2,63), serta skor (*sig.*) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka, (H_a) diterima dan (H_o) ditolak.

Uji R²

Tabel 7 Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.330	.326	1.21496

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Data diolah

Skor *Adjusted R²* sebesar 0,326 mengindikasikan bahwa variabel X1, X2, dan X3 memiliki kontribusi sebesar 32,6% dalam menjelaskan fluktuasi kepuasan nasabah. Sementara itu, 67,4% sisanya dipengaruhi oleh elemen-elemen lain yang tidak termasuk dalam lingkup studi ini.

Uji Dominan

Tabel 8 Hasil Uji Dominan

Variabel	Standardized Coefficient (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square (%)	Nilai SE (%)
Kualitas Layanan (X1)	0,278	0,453	0,330	12,59%
Fitur Layanan (X2)	0,200	0,414		8,28%
Kemudahan Transaksi (X3)	0,275	0,443		12,18%

Sumber: Data diolah

Dari hasil analisis, terungkap bahwa variabel (X1) menjadi elemen paling dominan yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi *Byond BSI* (Y). Ini didukung oleh skor koefisien beta yang paling tinggi, yaitu 0,278, serta skor korelasi yang *sig.* sebesar 0,453. Sesuai temuan ini, bisa diringkaskan bahwa kualitas layanan memegang peran krusial dalam menentukan tahap kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji t mengindikasikan adanya pengaruh positif dan *sig.* dari variabel X1 pada kepuasan nasabah aplikasi *Byond BSI*, dengan skor *sig.* 0,000 dan koefisien regresi 0,245. Temuan ini searah dengan teori *SERVQUAL* serta pendapat Kotler & Keller

yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari pengalaman layanan secara keseluruhan, seperti keamanan sistem, kecepatan, dan keandalan. Meskipun aspek keamanan data meraih skor tertinggi, menandakan kepuasan umum di kalangan peserta, masih ada peluang untuk perbaikan, khususnya pada kecepatan respons layanan pelanggan. Mengingat partisipan ialah *digital native* berusia 26–35 tahun dengan ekspektasi tinggi pada layanan digital, kenaikan kualitas layanan menjadi esensial untuk membangun loyalitas *customer* dan menaikkan daya saing *Byond BSI*.

Pengaruh Fitur Aplikasi terhadap Kepuasan Nasabah

Uji t membuktikan adanya hubungan positif dan *sig.* antara variabel (X2) dengan kepuasan nasabah. Hasil ini diperkuat dengan skor *sig.* 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,221. Temuan ini selaras dengan (TAM) yang menyatakan bahwa fitur lengkap dan mudah digunakan menaikkan persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna. Contoh fitur unggulan pada *Byond BSI*, seperti *BI Fast*, *e-wallet*, *ZISWAF*, dan *Halal Lifestyle*, terbukti menaikkan pengalaman pengguna. Akan tetapi, masih ada keluhan mengenai kemudahan akses informasi dan inovasi fitur yang belum maksimal. Maka, kenaikan inovasi fitur yang stabil dan ramah pengguna perlu terus dilakukan. Ini krusial agar kepuasan dan loyalitas nasabah tetap terjaga di tengah ketatnya persaingan layanan perbankan digital.

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah

Studi ini mengindikasikan bahwa variabel X3 ialah elemen paling berpengaruh pada

variabel Y, dengan skor *sig.* sebesar 0,000 dan koefisien regresi sebesar 0,277, yang menegaskan pengaruhnya yang *sig.* dan positif. Hasil ini searah dengan teori *Perceived Ease of Use* dari model TAM, yang berargumen bahwa semakin mudah suatu aplikasi dioperasikan, semakin tinggi tahap kepuasan penggunaannya. Meskipun pengguna mengakui kecepatan dan efektivitas transaksi di *Byond BSI*, beragam masalah seperti keterlambatan pembaruan saldo dan gangguan teknis masih sering dikeluhkan, terutama pada malam hari. Maka, krusial bagi BSI untuk memastikan operasional sistem transaksi yang stabil, cepat, dan mudah digunakan agar bisa menjaga kepuasan serta membangun loyalitas nasabah di tengah persaingan ketat layanan perbankan digital.

Pengaruh Kualitas Layanan, Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah Hasil studi mengindikasikan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara simultan berpengaruh *sig.* pada variabel Y *Byond BSI*, dengan kontribusi sebesar 32,6%. Meskipun tahap kepuasan cukup tinggi, masih ada keraguan dalam loyalitas dan rekomendasi pengguna. Temuan ini menegaskan krusialnya kenaikan layanan yang terintegrasi, termasuk perbaikan fitur, keandalan sistem, dan responsivitas layanan, agar mampu membangun kepuasan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan di tengah persaingan *digital banking*.

PENUTUP

Kesimpulan

Studi ini menemukan bahwa kepuasan nasabah *Byond BSI* dipengaruhi secara *sig.* oleh tiga elemen krusial: jaminan keamanan, kelengkapan dan inovasi fitur,

serta kemudahan bertransaksi. Ketiga elemen ini sangat penting untuk mendorong kepuasan *customer*, dengan kemudahan bertransaksi menjadi variabel yang paling dominan. Secara keseluruhan, elemen-elemen ini mampu menjelaskan 32,6% dari variasi Y, yang mengindikasikan bahwa kenaikan layanan terintegrasi bisa menciptakan pengalaman *mobile banking* yang lebih memuaskan dan kompetitif.

Saran Teoritis

Studi ini menambah wawasan dalam ilmu manajemen pemasaran digital dan perilaku nasabah perbankan syariah. Ini karena ditemukan bahwa variabel X1, X2, dan X3 memengaruhi kepuasan nasabah *Byond BSI*. Akan tetapi, ada indikasi bahwa ada elemen-elemen lain yang tidak tercakup dalam studi ini yang juga berperan. Maka, peneliti berikutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti loyalitas, kepercayaan, persepsi keamanan digital, promosi digital, atau kemudahan informasi agar hasilnya dapat memberikan gambaran yang lebih utuh.

Saran Praktis

1. Bagi Manajemen BSI

Studi ini merekomendasikan BSI untuk menaikkan mutu layanan, menyesuaikan fitur aplikasi dengan kebutuhan pengguna, dan menjaga stabilitas sistem transaksi digital. Implementasi rekomendasi ini mencakup pelatihan pegawai, perbaikan sistem, dan pelibatan nasabah dalam proses pengembangan fitur. Kepercayaan dan keamanan nasabah juga menjadi hal penting yang perlu

diperhatikan BSI. Sementara itu, pengguna aplikasi perlu lebih aktif memberikan saran dan menaikkan literasi digital demi transaksi yang lebih aman dan optimal.

2. Bagi Pengguna Aplikasi

Pengguna *Byond BSI* diimbau aktif memberi masukan untuk mendukung perbaikan layanan, serta menaikkan literasi digital dan kewaspadaan saat bertransaksi agar keamanan data tetap terjaga. Pemahaman fitur keamanan seperti verifikasi dua langkah juga perlu dinaikkan untuk penggunaan aplikasi yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2023, 2 November). *Karakteristik Khas Generasi Milenial dan Z sebagai Digital Native*.
- Davis, F. D. (1989). *User acceptance of information systems: The technology acceptance model (TAM)*. Unpublished doctoral dissertation, University of Michigan. Available from: Google Books.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayat, N., & Busman, S. A. (2023). *Pengaruh kemudahan, kualitas layanan, dan fitur produk terhadap kepuasan penggunaan mobile banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT Bank Mandiri KCP Sumbawa Besar)*. Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis, 6(1), 1–16.

- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian: Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. Depok: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen pemasaran (Edisi 13)*. Jakarta: Erlangga. Available from: Google Books.
- Masykur, N. A. T. P., Fathurrahman, F., & Muslihati, M. (2024). *Pengaruh kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Veteran Makassar*. Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah, 2 (3), 231–243.
- Monica, I., & Franky, L. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 3(2).
- Muhammad, T., Busyra, R., Tamanni, L., & Suryonurtisuryonurti, W. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan mobile banking perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah di Aceh (Studi kasus Bank Syariah Indonesia)*. Jurnal Perbankan Syariah, 6(1).
- Pangestu, D. (2022). *Analisis kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile*. Jurnal Muamalat Indonesia (JMI), 2(2), 72–86.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- Pasolong, H. (2020). *Metode penelitian administrasi publik*. Bandung: Alfabeta.
- Santi, I. H., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Pekalongan: NEM. Available from: Google Books.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: PT Alfabet.
- Sudaryanto, D., Subagio, N. A., Hanim, A., & Utami, C. W. (2024). *Consumer behavior Gen Z*. Surabaya: Universitas Ciputra. Available from: Google Books.
- Tjiptono, F. (2014). *Service quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset. Available from: Google Books.