

**Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, Dan Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN
(Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya)**

Rochman Budi Susanto *

M. Ridwan Basalamah **

Mohamad Bastomi ***

Email : 22201081330@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to examine the effect of perceived ease of use, mobile banking features, and Customer Relationship Management (CRM) on user satisfaction of the M-DIN application among customers of Bank Muamalat Surabaya Branch. This study adopted a quantitative approach with a causal associative research design. The research population comprised customers who actively use the M-DIN application, while the sample was selected through purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires based on a five-point Likert scale and subsequently analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics. The findings show that perceived ease of use, mobile banking features, and Customer Relationship Management simultaneously have The findings demonstrate that all three independent variables have a positive and statistically significant effect on user satisfaction. Furthermore, each independent variable individually contributes positively and significantly to user satisfaction. These findings suggest that improving application usability, providing comprehensive mobile banking features, and implementing effective Customer Relationship Management are essential factors in enhancing customer satisfaction with the M-DIN application.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Mobile banking Features, Customer Relationship Management, User Satisfaction.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital mendorong sektor perbankan untuk menghadirkan layanan yang semakin modern. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah mobile banking yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui smartphone secara praktis tanpa harus datang ke kantor bank.

Sebagai pelopor perbankan syariah di Indonesia, Bank Muamalat berupaya meningkatkan kualitas layanan digital melalui aplikasi Muamalat DIN (M-DIN) yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan transaksi nasabah secara elektronik. Aplikasi ini menyediakan berbagai layanan perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pembukaan rekening, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran zakat, infak, sedekah, hingga berbagai layanan syariah lainnya. Kehadiran M-DIN diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus memberikan pengalaman digital yang lebih baik bagi nasabah.

Meskipun demikian, berbagai ulasan pengguna pada platform distribusi aplikasi masih menunjukkan adanya keluhan mengenai kemudahan penggunaan aplikasi, kestabilan sistem, kelengkapan fitur, maupun kualitas pelayanan digital. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna Kondisi ini menunjukkan bahwa Bank Muamalat masih perlu melakukan upaya untuk mendorong peningkatan penggunaan aplikasi M-DIN.

Menurut pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), Persepsi terhadap kemudahan sistem menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong penerimaan teknologi. Ketika sistem mudah dipahami dan dioperasikan, pengguna cenderung merasa lebih puas serta terdorong untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Selain kemudahan penggunaan, Efektivitas layanan *mobile banking* juga bergantung pada ketersediaan fitur yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna.. Fitur yang lengkap, mudah diakses, aman, serta sesuai kebutuhan pengguna akan meningkatkan nilai manfaat aplikasi sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan strategi perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas, komunikasi yang efektif, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Implementasi CRM yang baik mampu meningkatkan loyalitas sekaligus kepuasan nasabah terhadap layanan digital yang diberikan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, fitur *mobile banking*, dan *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pengguna M-DIN pada nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Landasan Teori

Technology Acceptance Model (TAM)

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai *grand theory*. dikembangkan oleh Fred D. Davis sebagai kerangka untuk memahami berbagai faktor yang menentukan penerimaan individu terhadap teknologi. Model ini mengidentifikasi dua konstruk utama, yaitu *perceived ease of use* yang merujuk pada persepsi kemudahan penggunaan dan *perceived usefulness* yang berkaitan dengan persepsi kegunaan. Kedua aspek tersebut berperan dalam membentuk sikap pengguna terhadap teknologi, yang kemudian memengaruhi niat serta perilaku aktual dalam menggunakannya.

Dalam layanan *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang dapat memberikan pengalaman transaksi yang lebih nyaman bagi nasabah. Semakin sederhana aplikasi untuk dipahami dan dijalankan, semakin besar peluang pengguna menerima dan memanfaatkannya secara berkelanjutan. Selain itu, kemudahan penggunaan juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna karena aplikasi mampu memenuhi kebutuhan transaksi secara efektif dan efisien.

Teori TAM dipilih Pemilihan teori ini didasarkan pada kemampuannya dalam menerangkan hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan aplikasi M-DIN dengan tingkat kepuasan pengguna. Selain itu, keberadaan fitur *mobile banking* yang lengkap dan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang baik juga menjadi faktor pendukung dalam menciptakan pengalaman penggunaan yang positif sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan digital Bank Muamalat.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan terbentuk dari hasil evaluasi pengguna terhadap kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan. Pengguna akan merasa puas apabila layanan yang diterima sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan. Namun, apabila kinerja layanan tidak mencapai harapan, pengguna cenderung mengalami ketidakpuasan.

Dalam konteks layanan perbankan digital, kepuasan pengguna merupakan salah satu tolok ukur penting dalam mengevaluasi keberhasilan implementasi layanan *mobile banking*. Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa aplikasi mampu memberikan manfaat, kemudahan, keamanan, serta kenyamanan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan.

Pada penelitian ini, kepuasan pengguna diartikan sebagai tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya setelah menggunakan aplikasi M-DIN dalam melakukan transaksi perbankan. Kepuasan tersebut diukur melalui beberapa indikator yang berkaitan dengan pengalaman pengguna selama menggunakan aplikasi.

Indikator kepuasan pengguna yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kesesuaian layanan dengan harapan pengguna.
2. Kepuasan terhadap kualitas layanan aplikasi.
3. Kepuasan terhadap kemudahan penggunaan aplikasi.
4. Kepuasan terhadap pengalaman menggunakan aplikasi secara keseluruhan.

Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menggambarkan pengguna meyakini bahwa suatu sistem dapat dioperasikan secara sederhana tanpa membutuhkan banyak usaha. Dalam Technology Acceptance Model (TAM), konsep ini termasuk konstruk utama yang menjelaskan bahwa sistem yang semakin mudah digunakan cenderung lebih mudah diterima oleh pengguna. Dalam operasional *mobile banking*, kemudahan penggunaan mencerminkan kemampuan aplikasi untuk dipahami, dipelajari, serta dioperasikan oleh nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Kemudahan navigasi, tampilan aplikasi yang sederhana, serta proses transaksi yang praktis dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menggunakan aplikasi sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan.

Indikator kemudahan penggunaan penelitian ini meliputi:

1. Aplikasi mudah dipelajari.
2. Aplikasi mudah dipahami.
3. Aplikasi mudah digunakan.
4. Proses transaksi mudah dilakukan.
5. Interaksi dengan aplikasi mudah dipahami.

Fitur M-Banking

Fitur *M-Banking* merupakan berbagai layanan yang tersedia dalam aplikasi *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan nasabah. Kelengkapan fitur merupakan salah satu aspek yang berperan dalam meningkatkan kualitas layanan digital karena memberikan proses transaksi yang lebih praktis dan efisien.

Aplikasi M-DIN Bank Muamalat menyediakan berbagai fitur, seperti transfer, investasi digital, pembayaran zakat, informasi saldo, lihat mutasi rekening, hingga layanan transaksi syariah lainnya. Semakin lengkap dan mudah diakses fitur yang tersedia, maka semakin tinggi nilai manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

Indikator fitur *M-Banking* yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Kelengkapan fitur layanan.
2. Kemudahan mengakses fitur.
3. Kecepatan proses transaksi.
4. Keamanan fitur transaksi.
5. Kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna.

Customer Relationship Management (CRM)

Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan perusahaan untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Strategi ini diterapkan guna membangun kepuasan, mempertahankan loyalitas, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Dalam sektor perbankan, CRM diwujudkan melalui pelayanan yang cepat, penyampaian informasi yang jelas dan kemampuan merespons keluhan secara cepat, serta penyediaan informasi yang

dibutuhkan nasabah. Pengelolaan CRM yang efektif mampu menciptakan pengalaman layanan yang baik bagi nasabah dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan terhadap layanan perbankan digital.

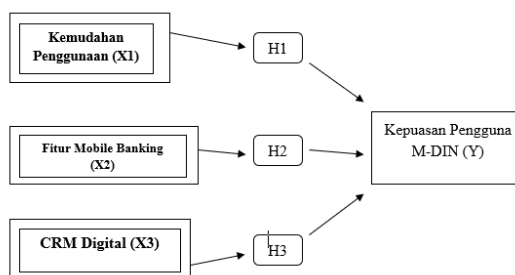
Indikator *Customer Relationship Management* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kualitas pelayanan kepada nasabah.
2. Kecepatan merespons keluhan.
3. Kemudahan memperoleh informasi.
4. Komunikasi yang efektif dengan nasabah.
5. Perhatian terhadap kebutuhan nasabah.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual untuk penelitian ini menghubungkan antara variabel independen, yaitu Kemudahan Penggunaan (X1), *Fitur M-Banking* (X2), dan *Customer Relationship Management* (X3) terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Pengguna (Y). Secara konseptual, hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode *explanatory research* yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN pada nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Populasi penelitian Adalah nasabah pengguna aplikasi M-DIN, sedangkan sampel penelitian dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pengukuran jawaban responden dilakukan dengan menggunakan skala Likert empat poin.

Variabel penelitian terdiri atas Kemudahan Penggunaan (X₁), Fitur M-Banking (X₂), dan *Customer Relationship Management* (X₃) sebagai variabel independen, serta Kepuasan Pengguna (Y) sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistic*. Pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahap, meliputi pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R²).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya yang menggunakan aplikasi M-DIN. Karakteristik responden dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama menggunakan aplikasi M-DIN.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan pada variabel Kemudahan

Penggunaan, Fitur M-Banking, Customer Relationship Management, dan Kepuasan Pengguna memiliki nilai r hitung $>$ dari r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh instrumen memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 1.1 Hasil Uji reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pengguna	0,771	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,862	Reliabel
Fitur M-Banking	0,854	Reliabel
Customer Relationship Management	0,884	Reliabel

Sumber : olah data SPSS 2026

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal sehingga telah memenuhi asumsi normalitas.”.

Tabel 1.2 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Sig.	α	Keterangan
Unstandardized Residual	0,200	0,05	Normal

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* di bawah 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari permasalahan multikolinearitas.

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,420	2,380	Tidak terjadi multikolinearitas
Fitur M-Banking	0,429	2,332	Tidak terjadi multikolinearitas
Customer Relationship Management	0,307	3,253	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil analisis, nilai signifikansi pada seluruh variabel berada di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,208	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Fitur M-Banking	0,637	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Customer Relationship Management	0,130	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -2,036 + 0,169X_1 + 0,211X_2 + 0,179X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* memiliki koefisien regresi positif, sehingga peningkatan pada masing-masing variabel akan meningkatkan Kepuasan Pengguna aplikasi M-DIN.

Tabel 1.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	-2,036	-1,196	0,235
Kemudahan Penggunaan	0,169	2,066	0,042
Fitur M-Banking	0,211	2,715	0,008
Customer Relationship Management	0,179	2,657	0,009

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, diketahui variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,042, Fitur M-Banking sebesar 0,008, dan *Customer Relationship Management* sebesar 0,009. Seluruh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Tabel 1.6. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X_1)	2,066	1,990	0,042	Signifikan
Fitur M-Banking (X_2)	2,715	1,990	0,008	Signifikan
CRM (X_3)	2,657	1,990	0,009	Signifikan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Uji F

Berdasarkan pengujian secara simultan, diketahui bahwa Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* Secara bersama-sama, Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Dengan demikian, model regresi yang digunakan layak dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

Tabel 1.7. Hasil Uji f

F hitung	F tabel	Sig.	Keterangan
39,952	2,720	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,597. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 59,7% perubahan pada Kepuasan Pengguna dapat diterangkan oleh variabel Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management*, Sementara itu, sebesar 40,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Tabel 1.8. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,772	0,597	0,582	1,55111

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Pembahasan

Hasil Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna

“Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan memperoleh koefisien regresi sebesar 0,169, nilai t hitung sebesar 2,066, serta tingkat signifikansi 0,042 ($< 0,05$). Temuan ini membuktikan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi M-DIN dipelajari, dipahami, dan digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Kemudahan dalam mengakses menu, melakukan transaksi, serta memahami fitur-fitur yang tersedia memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman sehingga meningkatkan kepuasan pengguna.

Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem tersebut.

“Hasil penelitian ini memperkuat temuan Hakim dan Suhendra (2021), yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna layanan mobile banking. Selain itu, penelitian Hibatullah dan Busman (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu aspek yang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pengguna aplikasi mobile banking.

Hasil Pengaruh Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji parsial memperlihatkan bahwa Fitur M-Banking memiliki koefisien regresi 0,211 dan nilai t hitung 2,715 dengan signifikansi 0,008 ($< 0,05$). Dengan demikian, Fitur M-Banking terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga hipotesis kedua diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap dan berkualitas fitur yang tersedia pada aplikasi M-DIN, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna. Kelengkapan fitur transaksi, kemudahan akses layanan, keamanan sistem, serta kecepatan proses transaksi memberikan manfaat yang lebih besar bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan layanan perbankan digital.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Monika dan Indana (2025) yang menyatakan bahwa fitur aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan mobile banking. Penelitian Hibatullah dan Busman (2023) juga menunjukkan bahwa kelengkapan fitur produk menjadi salah satu faktor penting yang meningkatkan kepuasan pengguna mobile banking.

Hasil Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,179, nilai t hitung sebesar 2,657, dan nilai signifikansi sebesar 0,009 ($< 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, sehingga hipotesis ketiga diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas hubungan yang dibangun Bank Muamalat dengan nasabah melalui pelayanan yang responsif, komunikasi yang baik, kemudahan memperoleh informasi, serta penanganan keluhan secara cepat mampu meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi M-DIN. Implementasi CRM yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah sehingga mendorong kepuasan terhadap layanan digital yang diberikan.

Temuan ini mendukung konsep *Customer Relationship Management* yang menyatakan bahwa Hubungan yang terjalin secara berkelanjutan antara perusahaan dan pelanggan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan. Semakin efektif perusahaan mengelola hubungan dengan nasabah, semakin tinggi pula kepuasan yang dapat dirasakan.

Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN pada nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kemudahan Penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mempelajari, memahami, serta mengoperasikan aplikasi M-DIN dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Fitur M-Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Kelengkapan fitur, kemudahan akses, keamanan, dan kemampuan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan transaksi mampu meningkatkan kepuasan pengguna.
3. *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Pelayanan yang responsif, komunikasi yang efektif, serta penanganan keluhan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi M-DIN.
4. Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna M-DIN. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 59,7% variasi Kepuasan Pengguna, sedangkan 40,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya yang menggunakan aplikasi M-DIN, sehingga cakupan generalisasi hasil penelitian masih terbatas pada objek yang diteliti. Selain itu, penelitian ini hanya mempertimbangkan tiga variabel independen, yaitu Kemudahan Penggunaan, Fitur M-Banking, dan *Customer Relationship Management*, sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Pengguna. Ketiga, data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner sehingga jawaban responden didasarkan pada persepsi masing-masing, yang memungkinkan adanya subjektivitas dalam memberikan penilaian.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan sebagai berikut.

1. Bagi Bank Muamalat

Bank Muamalat diharapkan terus meningkatkan kualitas aplikasi M-DIN dengan memperhatikan kemudahan penggunaan, pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta penguatan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM). Selain itu, peningkatan keamanan sistem, stabilitas aplikasi, dan kecepatan layanan perlu terus dilakukan agar mampu meningkatkan kepuasan pengguna serta mempertahankan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital.

2. Bagi Nasabah

Nasabah diharapkan dapat memanfaatkan seluruh fitur yang tersedia pada aplikasi M-DIN secara optimal untuk mendukung kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Selain itu, nasabah juga diharapkan memberikan masukan, kritik, maupun saran kepada Bank Muamalat terkait kualitas layanan aplikasi sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam pengembangan layanan digital yang lebih baik.

3. Bagi Akademisi

Bagi akademisi atau peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan penelitian di bidang perbankan digital, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pengguna *mobile banking*. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek penelitian yang lebih luas, menambah jumlah responden, serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

Referensi

- Aulia, A. A. (2025). Analisis *Customer Relationship Management* (Crm) Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah (Studi Komparatif Bank Muamalat Dengan Bank Syariah Indonesia). 2, 306–312
- Davis. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease Of Use , And User Acceptance Of Information Technology*. (January 2015). <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hakim, L., & Suhendra, E. S. (2021). *The influence of perception of benefits, easy of use, use, trust, and availability of features on satisfaction of use of BCA mobile banking services (Sejabodetabek)*. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1731–1736. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.343>
- Hibatullah, N. H., & Busman, S. A. (2023). Pengaruh kemudahan, kualitas layanan, 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). <https://doi.org/10.58303/jtimb.v6i1.3070>
- Monika, O., & Indana, R. (2025). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan Dan Customer Perceived Value Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Bsi Mobile. *Journal Of Islamic Economic Scholar*, 6(2), 86–101. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/jies/article/view/2123>
- Mulia, D., Usman, H., & Parwanto, N. B. (2021). The Role Of Customer Intimacy In Increasing Islamic Bank Customer Loyalty In Using E-Banking And M-Banking. *Journal Of Islamic Marketing*, 12(6), 1097–1123. <https://doi.org/10.1108/Jima-09-2019-0190>
- Sihombing, E. E., & Harahap, K. (2023). The Effect Of The Effectiveness Of Ease Of Use And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Of Bank Sumut Mobile Banking Users In Medan City. *Journal Of Finance And Business Digital*, 2(4), 601–614. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i4.6676>
- Sihombing, E. E., & Harahap, K. (2024). The Effect Of The Effectiveness Of Ease Of Use And Customer Satisfaction On Customer Loyalty Of Bank Sumut Mobile Banking Users In Medan City Pengaruh Efektivitas Ease Of Use Dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Ban. 2(04), 601–614.
- Siregar, R. G., Wibowo, R. P., & Rini, E. S. (2025). User Experience Analysis On Customer Satisfaction In Using Mobile Banking Application At Pt. Bank Syariah Indonesia. *Analytica Islamica*. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analyticajournalanalyticaislamicajournalhomepage>:<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/analytica/index>

Rochman Budi Susanto * Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M.Ridwan Basalamah ** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohamad Bastomi *** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma