

Pengaruh *Good corporate governance*, Kualitas Layanan Digital, dan Kualitas Produk Berbasis Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang

Navendra Aninditya Damar Artha, Harun Alrasyid, Umi Nadhiroh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email : 21901083002@unisma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *good corporate governance*, kualitas layanan digital, dan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang, sedangkan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Hair. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji *f*, uji *t*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan digital dan kualitas produk berbasis aplikasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Untuk secara simultan variabel *good corporate governance*, kualitas layanan digital, dan kualitas produk berbasis aplikasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, transparansi *good corporate governance*, peningkatan kualitas layanan digital, peningkatan kualitas produk berbasis aplikasi dapat mendorong kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.

Kata kunci: *Good corporate governance*, kualitas layanan digital, kualitas produk berbasis aplikasi, kepuasan nasabah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of good corporate governance, digital service quality, and customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in Malang City. The study uses a quantitative approach with associative research types. The population in this study is the customers of Bank Syariah Indonesia in Malang City, while the research sample consists of 100 respondents determined using Hair's formula. Data was obtained through distributing questionnaires and analyzed with the help of SPSS software. The analysis techniques used include validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F-tests, and t-tests. The research results show that good corporate governance has a positive and significant effect on customer satisfaction, while digital service quality and app-based product quality do not have a positive and significant effect on customer satisfaction individually. However, simultaneously, the variables of good corporate governance, digital service quality, and app-based product quality together have a positive and significant effect on customer satisfaction. Therefore, transparency in good corporate governance, improving digital service quality, and enhancing app-based product quality can boost customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in Malang.

Keywords: *Good corporate governance, digital service quality, application-based product quality, customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Sistem keuangan syariah memiliki potensi untuk memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Karakteristik keuangan syariah dengan khas menurut ajaran agama Islam memperkenalkan layanan keuangan yang menghindari transaksi dengan bunga dan

ketidakpastian (Gharar) serta terhubung dengan aset riil ekonomi. Keuangan syariah mempunyai sebuah prinsip dalam pengembangan ekonomi sosial yang berkelanjutan, pada hal ini perangkat keuangan syariah secara prinsip memiliki tujuan untuk membangun ekonomi kondusif dalam mencapai keadilan sosial, mengalokasikan sumber daya secara optimal dan juga menciptakan kestabilan (Effendi, 2025). Total aset perbankan syariah di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Menurut ojk.go.id, perbankan syariah di Indonesia selama tiga tahun, yaitu dari 2023 sampai 2025 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Total perbankan syariah naik dari 892,17 pada tahun 2023 menjadi 980,30 di tahun 2024, dan mencapai 1.006,18 pada tahun 2025.

Kinerja indeks tata kelola perusahaan yang efektif atau *good corporate governance* kini sebagai matrix yang dapat diandalkan untuk menilai kinerja bisnis. *Good corporate governance* (GCG) menjadi faktor penting dalam hal menjaga kepercayaan nasabah. Bank syariah yang belum sepenuhnya menerapkan GCG akan mengalami masalah-masalah baru sebagai contoh nepotisme, kolusi, korupsi, dan juga kelemahan lain yang bisa mengakibatkan kebangkrutan. GCG sebagai opsi metode yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produktivitas bankir dan peningkatan di sektor keuangan. Penerapan GCG tidak hanya kewajiban regulasi, akan tetapi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam berkelanjutan (Khairina dan Inayah, 2023).

Pada era saat ini kemudahan transaksi jarak jauh menjadi suatu hal yang efektif sehingga nasabah tidak diperlukan untuk datang ke bank secara langsung. Transformasi digital dalam industri perbankan telah mengubah cara nasabah berinteraksi dengan bank. Layanan *mobile banking* dapat digunakan menggunakan aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah bank. Dengan adanya layanan perbankan digital, perbankan syariah diharuskan dapat mengembangkan model pemasaran dan model manajemennya. Oleh karena itu dalam pengembangannya, layanan perbankan syariah membutuhkan pemahaman preferensi nasabah berdasarkan kepuasan dan loyalitasnya sebagai nasabah perbankan syariah (Syahrani dan Siregar, 2025).

Pada konteks perbankan terutama perbankan syariah terdapat produk-produk yang ditawarkan untuk membuat nasabah tertarik atau ingin menggunakan produk tersebut. Kualitas produk ialah elemen penting yang perlu diperhatikan karena termasuk sebuah *item* mendasar yang dapat dipegang nasabah dan memiliki banyak fungsi didalamnya. Produk seperti Tabungan syariah, pembiayaan berbasis aplikasi, hingga investasi halal perlu untuk dirancang sesuai kebutuhan nasabah dengan berlandaskan prinsip syariah (Fakhri et al, 2023). Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat serta memenuhi kebutuhan pasar, industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* untuk mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan ialah tanggapan emosional yang dirasakan nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk maupun jasa. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan, pada kepuasan nasabah terhadap pelayanan terdapat dua faktor utama yang berkaitan erat ialah harapan nasabah terhadap pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Kepuasan akan mendorong nasabah menggunakan ulang produk akan tetapi jika merasa kecewa maka nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama dikemudian hari (Agustatulim et al, 2023; Wati et al, 2023).

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman menjelaskan bahwa *stakeholder* merupakan individu ataupun sekelompok manusia yang memiliki hubungan yang dapat mempengaruhi ataupun sebaliknya dalam suatu organisasi (Freeman, 2011:52). Teori *stakeholder* memandang perusahaan sebagai entitas sosial yang berkelanjutannya ditentukan oleh kemampuannya menjaga keseimbangan hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Dalam perbankan syariah, hubungan tersebut meliputi pemegang

saham, nasabah, karyawan, regulator, masyarakat, serta lingkungan hidup yang menjadi bagian dari Amanah sosial perusahaan. Teori stakeholder menyatakan bahwa seluruh pemangku kepentingan memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang berpotensi mempengaruhi proses pengambilan keputusan mereka (Putri, 2023).

Good corporate governance

Good corporate governance (GCG) merupakan mekanisme yang mengatur hubungan antara pengelola perusahaan dengan dewan pengurus, pemerintah, kreditur, karyawan, pemegang saham, serta pemangku kepentingan internal maupun eksternal lainnya. Menurut Cadbury Committe, *good corporate governance* adalah sebuah seperangkat aturan yang merumuskan hubungan antara para pemegang saham, manajer, kreditur, pemerintah, karyawan, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya baik internal atau eksternal sehubungan dengan hak-hak dan tanggung jawab (Cadbury Committe, 2021:24). Pada *good corporate governance* terdapat lima prinsip utama dalam penerapan GCG, yaitu transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, kemandirian, kewajaran (Nurhaliza, 2023).

Kualitas Layanan Digital

Layanan perbankan digital merupakan penyelenggara aktivitas perbankan yang dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah maupun calon nasabah melalui sistem elektronik dan media digital yang dimiliki oleh bank. Menurut Parasuraman kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari yang diharapkan agar pelanggan tidak kecewa (Parasuraman, 1990). Menurut Kotler kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2016). Penerapan *Total Quality Manajemen* (TQM) pada awalnya difokuskan untuk meningkatkan mutu produk. Namun, dalam perkembangannya, perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan juga mengimplementasikan TQM sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Esensi dari TQM adalah memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pemenuhan kebutuhan (Wijayanto, 2024).

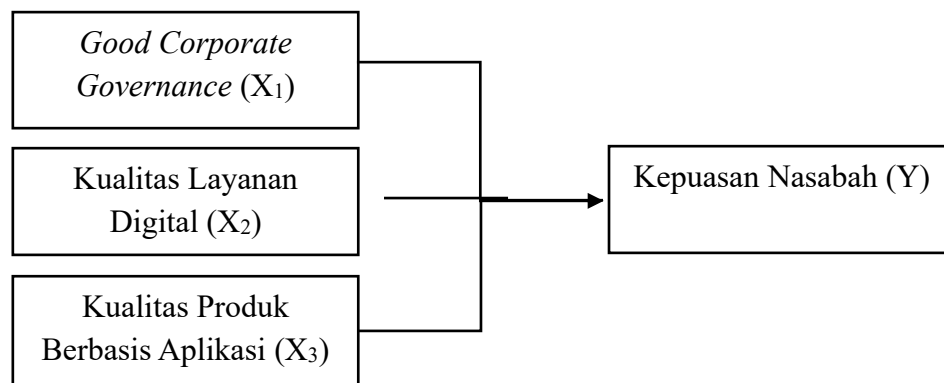
Kualitas Produk Berbasis Aplikasi

Kualitas produk perbankan syariah dapat dipahami sebagai tingkat kesesuaian produk yang ditawarkan oleh bank syariah dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, dengan tetap berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan manfaat optimal kepada nasabah, bebas dari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, serta menciptakan keuntungan yang adil dan proporsional bagi bank maupun nasabah (Putri et al, 2025). Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, maupun ketepatan (Kotler dan Armstrong, 2010:27).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap sesuatu yang diharapkan dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk atau jasa. Perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk maupun layanan terbaik bagi nasabah. Setelah melakukan pembelian, pelanggan akan melakukan evaluasi untuk menilai tingkat kepuasan mereka (Khotijah et al, 2022). Menurut Kotler perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2007:98). Menurut Oliver kepuasan adalah keadaan yang dirasakan pelanggan setelah melalui transaksi atau kegiatan untuk memenuhi suatu keinginan atau harapan (Oliver, 1997).

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan gambaran kerangka konseptual dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Good corporate governance* (X1), Kualitas Layanan Digital (X2), dan Kualitas Produk Berbasis Aplikasi (X3). Kemudian untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y).

- H1 : Terdapat pengaruh *good corporate governance* (X1), kualitas layanan digital (X2), dan kualitas produk berbasis aplikasi (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BSI di kota Malang. Terdapat pengaruh *good corporate governance* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BSI di kota Malang.
- H2 : Terdapat pengaruh *good corporate governance* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BSI di kota Malang.
- H3 : Terdapat pengaruh kualitas layanan digital (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BSI di kota Malang.
- H4 : Terdapat pengaruh kualitas produk berbasis aplikasi (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BSI di kota Malang.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik dalam perencanaan, proses, membangun hipotesis, Teknik, analisis data dan menarik kesimpulan. Karakteristik penelitian kuantitatif dipengaruhi oleh konsep *positivistic* yang dapat diuji secara empirik. Pendekatan kuantitatif juga memiliki karakteristik berupa angka-angka, disajikan dalam bentuk tabel atau grafik, menggunakan hipotesis, dan instrumen penelitian dapat diuji secara statistik (Waruwu et al,2023). Penelitian dilaksanakan di Kota Malang dengan periode pengumpulan data yang berlangsung pada Juni 2026 hingga Agustus 2026.

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada keseluruhan kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek penelitian. Populasi dapat terdiri atas individu, objek, peristiwa, maupun hal lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi BSI mobile di Kota Malang.

Penentuan ukuran sampel merupakan aspek penting dalam penelitian yang menggunakan analisis kuantitatif, karena jumlah sampel akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Sebaliknya, dalam penelitian kualitatif, ukuran sampel tidak menjadi prioritas utama, sebab yang lebih diutamakan adalah kekayaan informasi yang diperoleh. Meskipun jumlah sampel relatif kecil, apabila data yang dihasilkan kaya akan informasi, maka sampel tersebut tetap memiliki nilai manfaat yang tinggi bagi penelitian

(Ahmad dan Supriadi, 2026). Target sampel dalam penelitian ini ialah para nasabah atau anggota yang melakukan transaksi atau menggunakan aplikasi BSI *mobile*. Penghitungan sampel penelitian ini menggunakan rumus Hair yaitu 5 sd 10 x jumlah indikator yang memiliki hasil jumlah responden 95-190 responden.

Sumber Data dan Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna aplikasi BSI *mobile* di Kota Malang. Data primer ialah sumber informasi utama yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dalam proses penelitian (Sulung dan Muspawi, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Good corporate governance</i> (X1)	100	2	5	4,06	,679
Kualitas Layanan Digital (X2)	100	2	5	3,55	,744
Kualitas Produk Berbasis Aplikasi (X3)	100	2	5	3,45	,857
Kepuasan Nasabah (Y)	100	2	5	3,75	,845
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 25,2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* memiliki nilai standar deviasi 0,679, yang menjelaskan bahwasanya persepsi responden terhadap tata kelola perusahaan tergolong baik dan konsisten. Pada kualitas layanan digital memiliki nilai standar deviasi 0,744, menunjukkan bahwa layanan digital dinilai cukup baik namun dengan variasi tanggapan yang sedikit lebih besar. Variabel kualitas produk berbasis aplikasi mendapatkan nilai standar deviasi 0,857, mengindikasikan bahwa kualitas produk berbasis aplikasi masih perlu ditingkatkan karena persepsi responden cukup beragam. Untuk variabel kepuasan nasabah memiliki nilai standar deviasi 0,845, yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori baik dengan variasi tanggapan yang moderat.

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Sig. (2-Tailed)	Keterangan
<i>Good corporate governance</i> (X1)	X1_2	0,526	0,000	Valid
	X1_3	0,590	0,000	Valid
	X1_4	0,504	0,000	Valid
	X1_5	0,366	0,000	Valid
Kualitas Layanan Digital (X2)	X2_2	0,543	0,000	Valid
	X2_3	0,599	0,000	Valid
	X4_4	0,517	0,000	Valid
	X2_5	0,481	0,000	Valid
Kualitas Produk Berbasis Aplikasi (X3)	X3_2	0,731	0,000	Valid
	X3_3	0,702	0,000	Valid
	X3_4	0,645	0,000	Valid
	X3_5	0,475	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1_2	0,615	0,000	Valid
	Y1_3	0,627	0,000	Valid
	Y1_4	0,540	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan uji validitas menggunakan teknik analisis Pearson Correlation, seluruh item pada variabel *Good corporate governance* (X1), Kualitas Layanan Digital (X2), Kualitas

Produk Berbasis Aplikasi (X3) dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai korelasi signifikan (Sig.<0,05). Dengan begitu, semua item dinyatakan valid dan instrumen penelitian dapat digunakan untuk analisis reliabilitas serta uji hipotesis selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Good corporate governance</i>	0,951	Sangat Reliabel
Kualitas Layanan Digital	0,949	Sangat Reliabel
Kualitas Produk Berbasis Aplikasi	0,948	Sangat Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,950	Sangat Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan kriteria pengujian, semua variabel dikategorikan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60.

Uji Normalitas

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,12570945
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,048
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, data dalam model ini dapat dianggap terdistribusikan normal karena angka sig. (0,073) melampaui taraf substansial yang umum digunakan (0,05). Ini mendukung validitas penggunaan teknik statistik yang mengasumsikan normalitas data, seperti uji regresi linear.

Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,995	,754		3,971	,000
X1	-,030	,061	-,077	-,487	,627
X2	-,051	,072	-,144	-,707	,481
X3	-,011	,059	-,035	-,194	,846

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance		VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	2,746	1,162		2,363	,020			
	X1	,288	,094	,329	3,047	,003	,392		2,551
	X2	,194	,110	,245	1,764	,081	,237		4,214
	X3	,176	,090	,242	1,947	,054	,295		3,395

a. Dependent Variable: Total

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *good corporate governance* (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,392 dan VIF 2,551, yang masih berada di bawah batas umum VIF < 10 dan tolerance > 0,10. Dengan demikian, variabel X1 tidak mengalami variabel *good corporate governance* dapat digunakan dalam model regresi yang baik. Pada variabel kualitas layanan digital (X2) memiliki nilai tolerance 0,237 dan VIF 4,214, serta kualitas produk berbasis aplikasi (X3) memiliki tolerance 0,295 dan VIF 3,395.

Kesimpulan bahwa data pada variabel-variabel tersebut tidak menampilkan gejala multikolinearitas. Semua nilai VIF berada di bawah 10, dan semua nilai tolerance berada di atas 0,1. Dengan begitu memperlihatkan tidak ada masalah multikolinearitas yang substansial dalam model regresi ini.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,746	1,162		2,363	,020	
	X1	,288	,094	,329	3,047	,003	
	X2	,194	,110	,245	1,764	,081	
	X3	,176	,090	,242	1,947	,054	

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Angka konstanta sejumlah 2,746 memperlihatkan jika *good corporate governance* (X1), kualitas layanan digital (X2), kualitas produk berbasis aplikasi (X3) tetap tidak berubah, maka kepuasan nasabah (Y) akan bernilai positif sejumlah 2,746.

Koefisien regresi untuk variabel *good corporate governance* (X1) adalah 0,288, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam pengetahuan konsumen akan menyebabkan peningkatan sejumlah 0,288 pada keputusan nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan konsumen berkurang satu unit, keputusan nasabah diperkirakan akan turun sejumlah 0,288.

Koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan digital (X2) adalah 0,194, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam pengetahuan konsumen akan menyebabkan peningkatan sejumlah 0,194 pada keputusan nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan konsumen berkurang satu unit, keputusan nasabah diperkirakan akan turun sejumlah 0,194.

Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk berbasis aplikasi (X3) adalah 0,176, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam pengetahuan konsumen akan menyebabkan peningkatan sejumlah 0,176 pada keputusan nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan konsumen berkurang satu unit, keputusan nasabah diperkirakan akan turun sejumlah 0,176.

Hasil Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397,528	3	132,509	41,064	,000 ^b
	Residual	309,782	96	3,227		
	Total	707,310	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Berdasarkan hasil uji F di atas, diperoleh nilai F-hitung sebesar 41,064 yang dimana lebih besar dari nilai F-tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *good corporate governance*, kualitas layanan digital dan kualitas produk berbasis aplikasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Hasil Uji T

Tabel 9. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,746	1,162		2,363	,020
	X1	,288	,094	,329	3,047	,003
	X2	,194	,110	,245	1,764	,081
	X3	,176	,090	,242	1,947	,054

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25, 2026

Dari data yang ada, didapat angka t-hitung sejumlah 3,047, yang melampaui nilai t-tabel sejumlah 1,985, dan angka sig. t sejumlah 0,003, yang kurang dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima. Kesimpulannya adalah bahwa *good corporate governance* berimplikasi substansial kepada kepuasan nasabah.

Dari data yang ada, didapat angka t-hitung sejumlah 1,764, yang tidak melampaui nilai t-tabel sejumlah 1,985, serta angka sig. t sejumlah 0,081, yang lebih dari 0,05. Dengan demikian, H2 ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa kualitas layanan digital tidak berimplikasi substansial kepada kepuasan nasabah.

Dari data yang ada, didapat angka t-hitung sejumlah 1,947, yang tidak melampaui nilai t-tabel sejumlah 1,985, dan angka sig. t sejumlah 0,054, yang lebih dari 0,05. Dengan demikian, H3 ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa kualitas produk berbasis aplikasi tidak berimplikasi substansial kepada kepuasan nasabah.

Pembahasan

Pengaruh *Good corporate governance*, Kualitas Layanan Digital, dan Kualitas Produk Berbasis Aplikasi terhadap Kepuasan Nasabah

Pada hasil penelitian memperlihatkan bahwa *good corporate governance*, kualitas layanan digital, dan kualitas produk berbasis aplikasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang. Untuk hasil pengujian tercantum angka f-hitung 41,064, yang dapat diartikan bahwa nilai tersebut melampaui atau lebih dari angka f-tabel sejumlah 2,70. Selain itu, angka sig. ialah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance*, kualitas layanan digital dan kualitas produk berbasis aplikasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang.

Pengaruh *Good corporate governance* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *good corporate governance* berimplikasi positif dan substansial terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang. Pengujian menampilkan

angka t-hitung 3,047, yang melampaui angka t-tabel sejumlah 1,985. Selain itu, angka sig.t adalah 0,003, yang kurang dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang.

Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Pada hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas layanan digital tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang. Untuk hasil pengujian tercantum angka t-hitung 1,764, yang dapat diartikan bahwa nilai tersebut tidak melampaui atau lebih dari angka t-tabel sejumlah 1,985. Selain itu, angka sig.t ialah 0,081, yang lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang.

Pengaruh Kualitas Produk Berbasis Aplikasi

Hasil data yang diperoleh memperlihatkan bahwa kualitas produk berbasis produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang. Untuk hasil pengujian tercantum angka t-hitung 1,947, yang dapat diartikan bahwa nilai tersebut hampir melampaui atau lebih dari angka t-tabel sejumlah 1,985. Selain itu, angka sig.t ialah 0,054, yang lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan walaupun angka t-hitung mendekati angka t-tabel dan angka sig.t lebih sedikit dari 0,05, tetap disimpulkan bahwa kualitas produk berbasis aplikasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI di Kota Malang.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh *good corporate governance*, kualitas layanan digital, dan kualitas produk berbasis aplikasi terhadap kepuasan nasabah diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Good corporate governance*, kualitas layanan digital, dan kualitas produk berbasis aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Good corporate governance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Kualitas layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Kualitas produk berbasis aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Keterbatasan

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu:

- Karena penelitian ini bergantung pada data yang diperoleh menggunakan kuesioner online atau Google Forms, ada kemungkinan terjadi kesalahan input dan validasi data akibat kesalahan manusia atau kesulitan teknis.
- Kurangnya referensi atau keterbatasan referensi, sehingga sedikit mempersulit dalam menyusun atau mencari sumber materi.

Saran

- Bagi Peneliti Selanjutnya untuk lebih teliti dalam menginput data dan validasi sebuah data, sehingga dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi dalam menginput dan validasi data.
- Bagi Peneliti Selanjutnya untuk referensi atau rujukan dalam penelitian di masa depan, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambah jumlah sampel yang dipergunakan serta menambahkan variabel baru yang bisa memengaruhi keputusan pembelian yang belum dipertimbangkan dalam studi ini. Langkah ini bertujuan agar penelitian dapat berkembang lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

Agustatulim, Wagini, dan Nasution. 2023. Effect Of Service Quality And Product Quality Of Electronic-Based Applications (Bsi Mobile) On Customer Satisfaction At Pt Bank Syariah Indonesia Tbk KC Bengkulu S 2(2): 361–74.

- Ahmad, Supriadi. 2026. Populasi dan Sampel: Konsep dan Prosedur dalam Penelitian Pendidikan. *Advances In Education Journal*, Volume 2 No. 4 Februari 2026, 428-439
- Effendi. 2025. Pengaruh Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 5(1): 62-73.
- Fakhri, Ramadhani, dan Jannah. 2023. Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah PT . BPRS Puduarta Insani. 5(3).
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., dan Parmar, B. 2011. Stakeholder Theory as a Basis for Capitalism In Corporate Social Responsibility and Corporate Governance. 52-72.
- Khairina, Inayah. 2023. Implementasi *Good corporate governance* Pada Bank Syariah. 3(3).
- Khotijah, Mawardi, dan Hidayati. 2022. Pengaruh Keamanan , Kenyamanan , Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile banking. 3(2): 541-51.
- Putri. 2025. Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Menjamin Kualitas Produk Pada Bank Syariah Indonesia (BSI), Peran Dewan Pengawas Syariah (DPS) Sangat. 3: 264-76.
- Syahrani, Siregar. 2025. Pengaruh Layanan Perbankan Digital dan Produk Yang Inovasi Terhadap Minat Generasi Z Pada Perbankan Syariah. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume X No. 1.
- Sulung, Muspawi. 2024. Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research* 5(3).
- Waruwu, Marinu, dan Wacana. 2023. Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). 7: 2896-2910.
- Wati, Fasa dan Suharto. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pendahuluan. 7083(1): 53-62.