

**PENGARUH PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU
(KCP) SANGATTA**

Dwi Nurcahya Wati¹, Satriah², Hasan³

Program Studi Ekonomi Syariah

Jurusan Syariah

Sekolah Tinggi Agama Islam Sangatta

dwiwati915@gmail.com, satriahstais@gmail.com, hasansaberan52@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the extent to which mobile banking services influence customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia, Sangatta Sub-Branch Office (KCP). This research uses a quantitative approach with an associative research type. It is classified as field research, where data is directly collected from respondents on-site. The sampling technique used is Slovin's formula, resulting in a sample of 50 respondents who are customers of Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta. The data analysis method employed in this study is simple linear regression analysis. The results of the study concluded that mobile banking services have a positive and significant effect on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta. The independent variable simultaneously has a significant influence on the dependent variable (Y). Based on the results of the simple linear regression, the model equation obtained is $Y = 3.885 + 0.730$. According to the R square value, the independent variable is able to explain 65.7% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 34.3% is influenced by other variables. Therefore, it can be concluded that mobile banking services are an important factor in influencing customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta.

Keywords: Mobile Banking service, customer satisfaction

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitiannya asosiatif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden secara langsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan cara slovin, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta. Variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil regresi linear sederhana, penelitian ini

memiliki model persamaan yaitu $Y = 3.885 + 0.730$. Berdasarkan nilai R square, variabel independen mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 65.7% sedangkan sisanya sebesar 34.3% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan mobile banking adalah faktor yang penting dalam memengaruhi kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta..

Kata kunci : Pelayanan mobile banking, kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan digitalisasi yang kian pesat, transformasi dalam sektor jasa keuangan menjadi tidak terelakkan. Perbankan sebagai tulang punggung sistem keuangan nasional pun dituntut untuk menghadirkan inovasi teknologi demi mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu bentuk inovasi yang krusial ialah penyediaan layanan digital banking, khususnya mobile banking, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas finansial cukup melalui perangkat genggam tanpa harus datang langsung ke kantor cabang ataupun ATM.

Pelayanan prima menjadi kunci penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Dalam konteks industri perbankan, kepuasan nasabah tidak hanya bergantung pada kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemudahan dan kecepatan akses terhadap layanan tersebut. Nasabah yang merasa puas dengan pelayanan perbankan akan cenderung bersikap loyal dan lebih besar kemungkinannya untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain, yang pada akhirnya memberikan nilai kompetitif bagi bank itu sendiri.

Mobile banking sebagai inovasi perbankan modern menyediakan berbagai kemudahan bagi nasabah, seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan fitur lainnya yang bisa diakses kapan pun dan di mana pun. Efisiensi ini memberikan nilai tambah dalam kehidupan masyarakat yang semakin dinamis dan bergantung pada teknologi. Namun demikian, tidak sedikit nasabah yang mengeluhkan kendala teknis seperti kualitas jaringan yang buruk serta isu keamanan digital yang masih menjadi kekhawatiran utama.

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sangatta, sebagai salah satu institusi keuangan syariah, telah mengimplementasikan layanan mobile banking guna memenuhi kebutuhan nasabah akan transaksi perbankan yang cepat, mudah, dan aman. Layanan ini diharapkan dapat menjadi salah satu indikator keberhasilan transformasi digital dalam perbankan syariah. Akan tetapi, dari hasil pra-survei, ditemukan bahwa sekitar 2% dari nasabah yang menggunakan layanan ini masih menyampaikan keluhan, mulai dari kesulitan akses karena sinyal hingga kekhawatiran akan keamanan data.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sangatta. Dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan regresi linear sederhana, penelitian ini membuktikan bahwa pelayanan mobile banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa pelayanan mobile banking menyumbang 65,7% terhadap variasi kepuasan nasabah, sementara 34,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Dalam sudut pandang Islam, pelayanan yang baik bukan hanya sebatas tanggung jawab institusi, melainkan merupakan bentuk ibadah dan amanah. Al-Qur'an menegaskan dalam QS. Al-Baqarah [2]: 267 agar manusia memberikan yang terbaik dari apa yang dimiliki, termasuk dalam pelayanan terhadap sesama. Konsep ihsan (berbuat baik secara optimal) dalam pelayanan harus menjadi prinsip utama dalam perbankan syariah. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi manifestasi nyata dari penerapan prinsip-prinsip Islam dalam ekonomi modern.

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap mobile banking meliputi aspek keamanan, kemudahan penggunaan, kredibilitas penyedia layanan, serta kecepatan dan ketepatan transaksi. Dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut dikaji secara terstruktur dan menunjukkan bahwa seluruh indikator memberikan kontribusi positif terhadap tingkat kepuasan pengguna layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Melfi Adela (2020) yang menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan M-Banking secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan.

Lebih lanjut, pelayanan digital seperti mobile banking tidak hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, namun juga membentuk loyalitas jangka panjang. Nasabah yang puas cenderung tidak hanya menjadi pengguna aktif, tetapi juga menjadi agen promosi yang merekomendasikan layanan kepada orang lain. Hal ini sangat relevan dengan konsep relationship marketing dalam ilmu pemasaran, yang menekankan pentingnya menjaga hubungan berkelanjutan dengan pelanggan untuk menciptakan nilai jangka panjang.

Namun, perlu dicatat bahwa tantangan terbesar dalam pelayanan digital adalah menjaga kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam ekosistem teknologi yang terus berkembang. Oleh karena itu, bank perlu terus berinovasi serta memberikan edukasi digital kepada nasabah, khususnya dalam hal literasi keamanan dan perlindungan data pribadi. Hal ini bukan hanya upaya mempertahankan kepuasan, tetapi juga bagian dari tanggung jawab sosial institusi keuangan syariah.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini menjadi penting sebagai refleksi terhadap efektivitas layanan mobile banking yang ditawarkan oleh BSI KCP Sangatta dalam perspektif kepuasan pengguna. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi sekaligus pijakan dalam penyusunan strategi peningkatan layanan digital perbankan syariah yang berorientasi pada kepuasan dan kebermanfaatan jangka panjang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, karena fokusnya adalah menguji hubungan kausal antara dua variabel yaitu pelayanan mobile banking sebagai variabel independen (X) dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana pengaruh pelayanan digital terhadap tingkat kepuasan nasabah secara objektif dengan analisis statistik. Lokasi penelitian ditentukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta, Kalimantan Timur, dan penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, dimulai sejak Agustus 2024 hingga Januari 2025.

Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode non-probability sampling jenis accidental sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 50 orang nasabah pengguna aktif layanan mobile banking BSI KCP Sangatta. Penetapan jumlah ini mengacu pada pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel ideal dalam penelitian kuantitatif berkisar antara 30 hingga 500 responden. Alasan lain dipilihnya metode ini adalah efisiensi waktu dan kemudahan akses terhadap subjek penelitian di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima poin, dari skala 1 (sangat tidak setuju) hingga skala 5 (sangat setuju). Indikator dalam variabel X mencakup empat dimensi utama: keamanan sistem mobile banking, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas institusi penyedia layanan, serta kecepatan layanan dalam memproses transaksi. Sementara itu, kepuasan nasabah sebagai variabel Y diukur berdasarkan indikator kesesuaian harapan, minat untuk menggunakan layanan kembali, dan kesediaan merekomendasikan aplikasi kepada pihak lain.

Sebelum kuesioner disebar ke seluruh responden, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen. Uji validitas dihitung menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dan seluruh item dalam variabel X maupun Y menunjukkan nilai r-hitung lebih besar

dari r-tabel 0,279 (dengan $n = 50$ dan $\alpha = 0,05$), sehingga dikategorikan valid. Sebagai contoh, item X2 memperoleh nilai r-hitung sebesar 0.717 yang jauh melebihi batas minimum. Sementara itu, uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0.839 untuk variabel pelayanan mobile banking dan 0.852 untuk variabel kepuasan nasabah, menunjukkan konsistensi internal yang tinggi dari instrumen penelitian.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan software SPSS versi 27. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan statistik parametrik. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan menunjukkan nilai signifikansi $0.200 > 0.05$, yang berarti data terdistribusi normal. Kemudian dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, yang menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi $0.664 > 0.05$ pada variabel independen. Selain itu, tidak ditemukan masalah multikolinearitas karena nilai VIF adalah 1.000 dan nilai tolerance 1.000, keduanya memenuhi ambang batas yang disarankan.

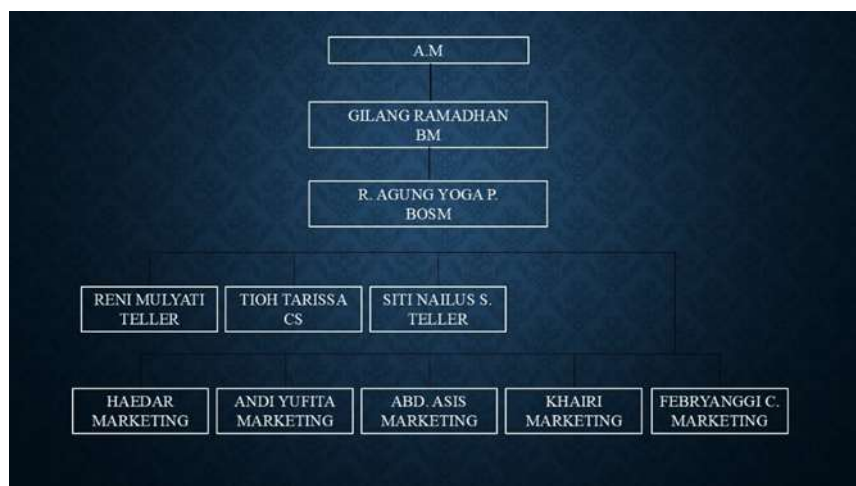
Analisis utama dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, karena hanya terdapat satu variabel bebas. Model regresi yang diperoleh adalah $Y = 3.885 + 0.730X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pelayanan mobile banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.730 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Koefisien regresi ini mengindikasikan arah hubungan yang positif dan sejalan dengan teori bahwa pelayanan yang efisien dan aman mendorong tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk menguji pengaruh secara parsial, dan uji F untuk melihat pengaruh secara simultan. Nilai t-hitung sebesar 9.598 yang jauh lebih besar dari t-tabel 2.011 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mobile banking berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada uji F, diperoleh F-hitung sebesar 92.116 dengan nilai signifikansi < 0.001 yang juga menegaskan bahwa model regresi tersebut signifikan secara keseluruhan.

Koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0.657 mengindikasikan bahwa 65,7% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan mobile banking, sedangkan 34,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Temuan ini memperkuat argumen bahwa layanan berbasis digital yang dirancang secara baik dapat menjadi penentu utama dalam meningkatkan persepsi dan loyalitas nasabah terhadap bank, khususnya dalam konteks perbankan syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan seberapa besar pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yang melibatkan 50 orang responden dari berbagai latar belakang usia dan pekerjaan, yang semuanya merupakan pengguna aktif mobile banking BSI. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert, dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa pelayanan mobile banking memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan melalui analisis statistik di mana nilai koefisien regresi diperoleh sebesar 0.730 dengan nilai signifikansi $p < 0.001$, serta nilai t-hitung sebesar 9.598 yang jauh lebih tinggi dari nilai t-tabel (2.011), menandakan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak.



Sumber : Staff Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta

Dari hasil regresi tersebut diperoleh model persamaan $Y = 3.885 + 0.730X$, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan dalam kualitas pelayanan mobile banking akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0.730 satuan. Konstanta sebesar 3.885 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat peningkatan pelayanan sekalipun, tingkat kepuasan nasabah tetap berada pada angka yang positif, menandakan adanya baseline kepuasan yang sudah cukup tinggi terhadap pelayanan yang diterima. Lebih lanjut, nilai koefisien determinasi (R^2) yang mencapai 0.657 menyiratkan bahwa 65,7% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan mobile banking, sementara sisanya

sebesar 34,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini seperti kualitas koneksi internet, dukungan customer service, atau bahkan faktor eksternal seperti literasi digital nasabah.

Temuan ini dikuatkan pula oleh hasil uji simultan (F-test), di mana diperoleh nilai F-hitung sebesar 92.116 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05), mempertegas bahwa variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kemudahan, keamanan, kecepatan, dan kredibilitas dari layanan mobile banking yang mereka gunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Temuan ini selaras dengan penelitian-penelitian terdahulu, seperti oleh Melfi Adela (2020) yang menunjukkan bahwa pelayanan mobile banking secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa, dengan kontribusi sebesar 49,8%. Dalam konteks ini, nilai kontribusi yang lebih tinggi pada penelitian BSI KCP Sangatta mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan kemungkinan lebih baik dari segi fitur maupun kemudahan penggunaan.

Analisis ini menjadi lebih bermakna ketika dilihat dari perspektif ekonomi syariah. Salah satu prinsip utama dalam muamalah adalah amanah (kejujuran dan tanggung jawab), dan hal ini tercermin dalam fitur-fitur keamanan yang terdapat pada aplikasi mobile banking BSI. Mayoritas responden menyatakan merasa aman dalam menggunakan aplikasi tersebut, serta meyakini bahwa data pribadi mereka terlindungi. Ini mencerminkan keberhasilan bank dalam menjaga kepercayaan nasabah, yang dalam Islam merupakan bentuk implementasi nilai amanah. Selain itu, prinsip keadilan (adl) juga tercermin dari persepsi nasabah terhadap kemudahan dan kecepatan akses terhadap layanan, tanpa diskriminasi terhadap usia, pekerjaan, atau gender. Fitur-fitur yang disediakan mudah ditemukan dan digunakan, yang menunjukkan adanya pemenuhan terhadap prinsip taisir (kemudahan dalam bertransaksi), yang juga merupakan salah satu nilai penting dalam fiqh muamalah kontemporer.

Namun demikian, meskipun mayoritas responden merasa puas dan berniat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, penelitian juga mencatat adanya kekhawatiran terhadap aspek keamanan digital. Beberapa kasus penipuan seperti phishing melalui SMS sempat terjadi, menunjukkan bahwa edukasi dan perlindungan terhadap nasabah masih perlu ditingkatkan. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah tidak hanya harus mematuhi prinsip-prinsip syariah dari segi produk dan transaksi, tetapi juga wajib menjalankan prinsip maslahah (kemaslahatan

umum) dengan memastikan sistem dan infrastrukturnya tidak menimbulkan mudarat (kerugian). Dalam hal ini, penguatan literasi digital serta penyempurnaan sistem notifikasi, verifikasi berlapis, dan fitur keamanan tambahan menjadi langkah strategis yang perlu diambil oleh manajemen BSI.

Penelitian ini juga menegaskan pentingnya strategi *relationship marketing* dalam membangun loyalitas nasabah jangka panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah menyatakan akan tetap menggunakan layanan mobile banking BSI dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain. Ini menunjukkan bahwa pelayanan digital yang responsif, efisien, dan sesuai kebutuhan nasabah mampu menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan, yang tidak hanya memengaruhi retensi tetapi juga memperkuat citra merek bank itu sendiri. Dalam hal ini, pendekatan superior customer service menjadi sangat penting, karena pengalaman digital yang positif akan memperkuat loyalitas nasabah dan meningkatkan peluang pertumbuhan melalui rekomendasi organik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan mobile banking memberikan kontribusi yang nyata terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta. Ketersediaan layanan 24 jam, kemudahan akses, kenyamanan dalam penggunaan aplikasi, serta rasa aman dalam bertransaksi telah mendorong peningkatan kepuasan secara signifikan. Namun, untuk menjaga keberlanjutan kepuasan tersebut, BSI perlu memperhatikan faktor-faktor tambahan seperti peningkatan edukasi keamanan siber, pengembangan fitur yang lebih adaptif, serta penyediaan layanan bantuan yang cepat dan personal. Temuan dari penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademik, namun juga sangat aplikatif dalam pengambilan kebijakan strategis lembaga keuangan syariah, khususnya dalam menyongsong era digital yang menuntut fleksibilitas, kecepatan, dan keamanan dalam layanan keuangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sangatta. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner terhadap 50 responden dan analisis menggunakan bantuan SPSS 27, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pelayanan mobile banking BSI memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Sebagian besar responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap seluruh aspek layanan mobile banking yang meliputi rasa aman dalam penggunaan aplikasi, kemudahan akses, kecepatan transaksi, ketersediaan fitur sesuai kebutuhan, serta kredibilitas dan reputasi bank. Hal ini ditunjukkan oleh mayoritas responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju atas pernyataan-pernyataan terkait layanan tersebut. Persentase jawaban positif pada tiap indikator berada di kisaran 90–100%, menandakan tingkat kepuasan yang sangat tinggi.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sah dan andal. Uji asumsi klasik seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan bebas dari pelanggaran asumsi statistik. Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan: $Y = 3,885 + 0,730X$, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam pelayanan mobile banking akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,730 satuan.

Melalui uji t diperoleh bahwa nilai t hitung sebesar 9,598 lebih besar dari t tabel 2,011 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa secara parsial, pelayanan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Demikian pula, hasil uji F memperlihatkan nilai F hitung sebesar 92,116 yang juga lebih besar dari F tabel, menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,657 menunjukkan bahwa 65,7% variabilitas kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel pelayanan mobile banking, sementara sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti amanah (kepercayaan), adl (keadilan), taisir (kemudahan), dan menghindari dharar (kerugian). BSI terbukti telah berhasil mengimplementasikan layanan digital yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional nasabah tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah. Dengan tingkat keamanan yang tinggi, layanan yang mudah diakses, responsif, dan ramah pengguna, serta kredibilitas institusi yang kuat, aplikasi mobile banking BSI telah menciptakan kepuasan tinggi dan loyalitas nasabah secara nyata.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan mobile banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta, dan layanan ini dapat terus ditingkatkan serta dijadikan sebagai strategi utama dalam memperkuat loyalitas dan kepercayaan nasabah di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Cet. 9. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Engel, James F., et al. 2010. *Customer Behaviour*. Terj. Budiyanto. *Perilaku Konsumen* Binarupa. Jakarta: Aksara.
- Hasan, Iqbal. 2008. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, Iqbal. 2008. *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Cet. 4. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler, Philip (ed.). 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Erlangga.
- Maryanto Supriyono. 2011. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi.
- Subagio, Ahmad. 2010. *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*. Cet. 1. Yogyakarta: CAPS.
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Wiratna Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Cet. 1. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Amalia, Putri, et al. 2022. "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)." *Journal of Islamic Economics* 1(1): 70-89.
- Delvi, Olyvia, et al. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri." *Jurnal Akuntansi* 1(1).
- Huwaida, Hikmayanti, et al. 2024. "Pengaruh Kualitas Layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin." *Jurnal Inteknai* 24(1).
- Imelda, Sri, et al. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin." *Jurnal INTEKNA* 19(2): 69-133.
- Kumalasanti, Maria, et al. 2022. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Di Yogyakarta." *Jurnal Maneksi* 11(2).
- Kurniawati, Hanif Astika, Wahyu Agus Winarno, and Alfi Arif. 2017. "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi." *Universitas Jember (UNEJ)* 4(1): 24.

- Kusumaningtyas, Rinda Hesti, et al. 2017. "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM Dan E-Banking Dengan Motede TAM." *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi* 10(2): 89-102.
- Adela, Melfi. "*Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro, 2020.
- Astika Kurniawati, Hanif, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Airf. "Analisis Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Yang Telah Dimodifikasi." *Universitas Jember (UNEJ)*, vol 4, no.1, 2017, hlm. 24-33.
- Harish, Irfan Nurahmadi. "Pengaruh Kepercayaan Nasabahh dan Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- PT Bank Rakyat Indonesia. 2010. *Laporan Keuangan Tahunan Bank Rakyat Indonesia*. Jakarta: PT BRI.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suharsimi Arikunto. 2007. *Manajemen Penelitian*. Cet. 9. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sumanto. 2014. *Statistika Deskriptif*. Cet. 1. Yogyakarta: CAPS.
- Syamsul Hadi. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Cet. 1. Yogyakarta: Ekonisia.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2014.
- Singabella, Gilang Ramadhan. *Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta, Kutai Timur*. Wawancara. 08 Agustus 2024.
- Wulandari, Dita. *Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta, Kutai Timur*. Wawancara. 10 Agustus 2024.
- Mursalim. *Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta, Kutai Timur*. Wawancara. 10 Agustus 2024.
- Suci, Diah. *Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Sangatta, Kutai Timur*. Wawancara. 10 Agustus 2024.
- "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM Dan E-Banking Dengan Motede TAM." *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*. Accessed August 10, 2024. uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/viewFile/7756/4307.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*.