

THE EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON BSI MOBILE ON CUSTOMER SATISFACTION

PENGARUH E-SERVICE QUALITY PADA BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Elisa Purnawati

Sekolah Tinggi Agama Islam Minhaajurrosyidiin

*elisapurnawati@staimi.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-service quality dimensions, namely site organization, reliability, responsiveness, user's friendliness, personal needs, and efficiency on customer satisfaction of BSI Mobile users. The sample in this study amounted to 100 respondents taken from the population of all BSI customers who use BSI Mobile in Indonesia. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection by distributing questionnaires through google forms with Likert scale. The data analysis used was multiple linear regression analysis using the help of IBM SPSS software version 27. The results of the research obtained show that reliability, user's friendliness, and efficiency have a positive and significant effect on customer satisfaction of BSI Mobile users. While site organization, responsiveness, and personal needs do not affect customer satisfaction. Simultaneously, site organization, reliability, responsiveness, user's friendliness, personal needs, and efficiency affect customer satisfaction of BSI Mobile users.

Keywords: *e-service quality, customer satisfaction, mobile banking*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi *e-service quality* yaitu *site organization, reliability, responsiveness, user friendliness, personal needs*, dan *efficiency* terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dari populasi seluruh nasabah BSI yang menggunakan BSI Mobile di Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form dengan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS* versi 27. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *reliability, user friendliness*, dan *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile. Sedangkan *site organization, responsiveness*, dan *personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, *site organization, reliability, responsiveness, user friendliness, personal needs*, dan *efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile.

Kata Kunci: *Kualitas layanan elektronik, kepuasan nasabah, mobile banking*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada perbankan semakin memudahkan nasabah bertransaksi dan mengakses layanan perbankan digital. Penerapan layanan perbankan digital seperti *mobile banking* yang mampu memudahkan transaksi perbankan seperti tutup rekening, tarik tunai, transfer, dan pembayaran dan transaksi di luar produk perbankan seperti penasihat keuangan, investasi, transaksi perdagangan online (*e-commerce*), dan kebutuhan lain dari nasabah bank (Azizah & Hidayat, 2022). Pandemi Covid-19 diikuti dengan aturan pembatasan sosial telah mengubah pola perilaku konsumen dan aktivitas transaksi masyarakat yang menghabiskan waktu di rumah (Kominfo, 2021). Munculnya pandemi Covid-19 menjadikan keamanan dan kebersihan dalam hal pembayaran (*payment hygiene*) menjadi prioritas utama yang membuat masyarakat beralih menggunakan pembayaran non tunai (Richard, 2021).

Munculnya tren transaksi non tunai, mendorong industri perbankan menciptakan inovasi dalam hal pembayaran elektronik. Bank Indonesia memperkirakan penggunaan uang elektronik di tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 30,84% atau mencapai Rp 399,6 triliun (Wisnubroto, 2023). Berdasarkan survei *Alvara Research Center* dan *Inventure Indonesia* menunjukkan bahwa *mobile banking* adalah layanan perbankan digital yang sering digunakan oleh masyarakat saat pandemi Covid-19 (Bayu, 2020). Oleh karena itu, industri perbankan memunculkan inovasi produk digital berupa *mobile banking*. Contohnya yaitu BSI Mobile yang merupakan salah satu produk digital dari Bank Syariah Indonesia (Milza, et al. 2021). Namun dikutip dari *Serambinews.com*, pada 8 Mei 2023 telah terjadi kesalahan sistem yang diduga akibat serangan *cyber* pada sistem BSI Mobile yang menimbulkan risiko operasional yang berdampak pada gangguan layanan dan menyebabkan penurunan kepuasan nasabah karena ratusan ribu transaksi macet sehingga merugikan nasabah dan banyak nasabah yang beralih ke bank lain (Wijaya, 2023). Adanya ulasan kekecewaan pengguna terhadap *e-service quality* pada aplikasi BSI Mobile di Playstore. Keluhan pengguna pada BSI Mobile yaitu, gangguan saat melakukan transaksi, top up, dan load time pada aplikasi BSI Mobile. Lalu, adanya kesulitan setiap berpindah menu pada fitur BSI Mobile harus selalu memasukkan pin dan terhambatnya transaksi akibat beban waktu pada aplikasi BSI Mobile. Adanya beberapa keluhan terhadap *e-service quality* menandakan ketidakpuasan pengguna terhadap layanan digital BSI Mobile. Pada penelitian Nugraha (2021) menunjukkan bahwa *personal needs*, *site organization*, *user's friendliness*, *efficiency*, *responsiveness*, dan *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Hafiyanda dan Sharif (2023) menunjukkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *personal needs*, dan *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, *site organization* dan *user's friendliness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian Andrayani dan Solekah (2021) menunjukkan bahwa *site organization*, *responsiveness*, dan *user's friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun, *reliability*, *personal needs*, dan *efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka perlu penelitian lebih lanjut tentang dimensi *e-service quality* dan peneliti fokus pada penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh E-Service Quality Pada BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah"

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2020), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dan harapan terhadap kinerja atau hasil produk atau jasa. Menurut Sundari (2021), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tanggapan efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa setelah pemakaian.

2. E-Service Quality

Menurut Zeithmal, et al. (2018), *e-service quality* adalah evaluasi pelanggan dalam mengenali seberapa jauh kualitas layanan elektronik sudah memenuhi harapan pelanggan. Menurut Wilson, et al. (2012), *e-service quality* dilihat dari sejauh mana website dapat menyediakan fasilitas bagi pelanggan dengan efektif dan efisien saat mengakses dalam website seperti pembelian hingga pengiriman produk atau jasa.

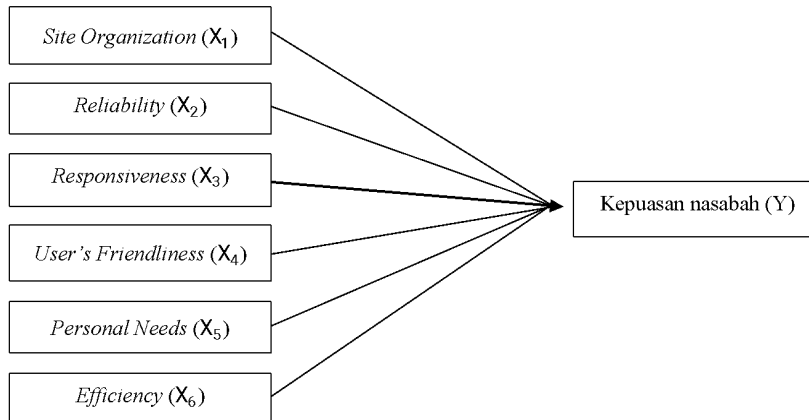
Dimensi *e-service quality* pada teori *servqual* yang telah dimodifikasi oleh Raza et al. (2020) yaitu sebagai berikut:

- a. *Site organization* adalah kemampuan memberikan tampilan web yang tepat dan terperinci bagi pengguna saat mengakses situs web perusahaan.
- b. *Reliability* adalah kemampuan menyelesaikan layanan secara online tanpa adanya kegagalan.

- c. *Responsiveness* adalah kemampuan memberikan informasi secara online pada pelanggan dengan tepat waktu.
- d. *User's friendliness* adalah kemampuan memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan navigasi di dalam situs web perusahaan.
- e. *Personal needs* adalah kemampuan menyediakan layanan secara personal untuk memenuhi kebutuhan pengguna.
- f. *Efficiency* adalah kemampuan memberikan efisiensi ketika pengguna melakukan interaksi dan transaksi pada situs web perusahaan.

2.1. KERANGKA BERPIKIR

Kerangka berpikir adalah suatu diagram yang menguraikan alur logis suatu penelitian (Ramdhan, 2021).



2.2. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan pernyataan hubungan antara variabel yang bersifat sementara yang harus dibuktikan kebenarannya (Anshori & Iswati, 2019).

H_1 : Diduga terdapat pengaruh antara *site organization* terhadap kepuasan nasabah.

H_2 : Diduga terdapat pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah.

H_3 : Diduga terdapat pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

H_4 : Diduga terdapat pengaruh antara *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah.

H_5 : Diduga terdapat pengaruh antara *personal needs* terhadap kepuasan nasabah.

H_6 : Diduga terdapat pengaruh antara *efficiency* terhadap kepuasan nasabah.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk menguji teori serta meneliti populasi atau sampel tertentu yang pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian (Veronica, et al., 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI Mobile di Indonesia dan dikategorikan sebagai *infinite population* (Mamondol, 2021). Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. *Non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dipilih secara tidak acak karena faktor lain. Kriteria sampel yaitu nasabah BSI yang menggunakan aplikasi BSI *mobile* di Indonesia dan telah melakukan minimal satu kali transaksi. Menggunakan Rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel minimal karena populasi tidak diketahui jumlahnya (Caniago, 2022).

$$n = \frac{Z^2 \alpha^2 P \times Q}{d^2} \quad n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2} \quad n = 96,04 \text{ (100 responden)}$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai 95% = 1,96

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = Komplementer dari P yaitu 1- P

D = Tingkat ketelitian 10%

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel bebas (Wisudaningsih, 2019). Analisis data bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Veronica, et al., 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig (2-Tailed)	Ket.
Site Organization (X_1)	X1.1	0,969	0,1966	0,000	Valid
	X1.2	0,971	0,1966	0,000	Valid
Reliability (X_2)	X2.1	0,890	0,1966	0,000	Valid
	X2.2	0,917	0,1966	0,000	Valid
	X2.3	0,926	0,1966	0,000	Valid
Responsiveness (X_3)	X3.1	0,884	0,1966	0,000	Valid
	X3.2	0,921	0,1966	0,000	Valid
	X3.3	0,910	0,1966	0,000	Valid
User's Friendliness (X_4)	X4.1	0,909	0,1966	0,000	Valid
	X4.2	0,886	0,1966	0,000	Valid
	X4.3	0,884	0,1966	0,000	Valid
Personal Needs (X_5)	X5.1	0,899	0,1966	0,000	Valid
	X5.2	0,914	0,1966	0,000	Valid
	X5.3	0,912	0,1966	0,000	Valid
Efficiency (X_6)	X6.1	0,878	0,1966	0,000	Valid
	X6.2	0,878	0,1966	0,000	Valid
	X6.3	0,884	0,1966	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,876	0,1966	0,000	Valid
	Y2	0,919	0,1966	0,000	Valid
	Y3	0,875	0,1966	0,000	Valid
	Y4	0,883	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0,1966) dengan nilai sig. (2-Tailed) < 0,05 maka disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Site Organization (X_1)	0,926	3	Reliabel
Reliability (X_2)	0,866	4	Reliabel
Responsiveness (X_3)	0,864	4	Reliabel
User's Friendliness (X_4)	0,860	4	Reliabel
Personal Needs (X_5)	0,864	4	Reliabel
Efficiency (X_6)	0,856	4	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,838	5	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Hasil reliabilitas di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	1.41754823
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.053
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		1.002
Asymp. Sig. (2-tailed)		.268

Output Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,268 > 0,05 maka disimpulkan bahwa data residual pada penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Ket.
Site Organization (X_1)	0,551	1,814	Tidak ada multikolinieritas
Reliability (X_2)	0,576	1,738	Tidak ada multikolinieritas
Responsiveness (X_3)	0,755	1,325	Tidak ada multikolinieritas
User's Friendliness (X_4)	0,384	2,605	Tidak ada multikolinieritas
Personal Needs (X_5)	0,932	1,073	Tidak ada multikolinieritas

<i>Efficiency</i> (X_6)	0,330	3,030	Tidak ada multikolinieritas
-----------------------------	-------	-------	-----------------------------

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka disimpulkan bahwa variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.(2-Tailed)	Keterangan
<i>Site Organization</i> (X_1)	0,670	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
<i>Reliability</i> (X_2)	0,587	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,723	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
<i>User's Friendliness</i> (X_4)	0,905	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
<i>Personal Needs</i> (X_5)	0,382	Tidak ada gejala heteroskedastisitas
<i>Efficiency</i> (X_6)	0,846	Tidak ada gejala heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	<i>B</i>
(<i>Constant</i>)	2,454
<i>Site Organization</i> (X_1)	-0,024
<i>Reliability</i> (X_2)	0,220
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,059
<i>User's Friendliness</i> (X_4)	0,567
<i>Personal Needs</i> (X_5)	-0,117
<i>Efficiency</i> (X_6)	0,419

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas, model persamaan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 2,454 - 0,024X_1 + 0,020X_2 + 0,059X_3 + 0,567X_4 - 0,117X_5 + 0,419X_6 + E$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda di atas yaitu sebagai berikut:

- Nilai *constant* sebesar 2,454 menunjukkan bahwa *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user's friendliness*, *personal needs*, dan *efficiency* diasumsikan dalam keadaan tetap, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 2,454.

- b. Nilai koefisien *site organization* sebesar -0,024 berarti jika *site organization* mengalami kenaikan 1% maka menyebabkan kepuasan nasabah mengalami penurunan sebesar 2,4%.
- c. Nilai koefisien *reliability* sebesar 0,220 berarti jika *reliability* mengalami kenaikan 1% maka menyebabkan kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 22%.
- d. Nilai koefisien *responsiveness* sebesar 0,059 berarti jika *responsiveness* mengalami kenaikan 1% maka menyebabkan kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 5,9%.
- e. Nilai koefisien *user's friendliness* sebesar 0,567 berarti jika *user's friendliness* mengalami kenaikan 1% maka menyebabkan kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 56,7%.
- f. Nilai koefisien *personal needs* mempunyai nilai sebesar -0,117 berarti jika *personal needs* mengalami kenaikan 1% maka menyebabkan kepuasan nasabah mengalami penurunan sebesar 11,7%.
- g. Nilai koefisien *efficiency* sebesar 0,419 berarti jika *efficiency* mengalami kenaikan 1% menyebabkan kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 41,9%.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.667	1.463

Output Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user's friendliness*, *personal needs*, dan *efficiency* dapat menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 66,7% dan sisanya sebesar 33,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	T	t_{tabel}	Sig
<i>Site Organization</i> (X_1)	- 0,167	1,98580	0,867
<i>Reliability</i> (X_2)	2,164	1,98580	0,033
<i>Responsiveness</i> (X_3)	0,635	1,98580	0,527
<i>User's Friendliness</i> (X_4)	4,665	1,98580	0,000
<i>Personal Needs</i> (X_5)	-1,583	1,98580	0,117
<i>Efficiency</i> (X_6)	3,005	1,98580	0,003

Sumber: Data diolah SPSS 27 (2023)

1) Pengujian Hipotesis 1

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh T_{hitung} (-0,167) < T_{tabel} (-1,98580) dan signifikansi 0,867 > 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *site organization* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 **diterima**.

2) Pengujian Hipotesis 2

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh $T_{hitung} (2,164) > T_{tabel} (1,98580)$ dan signifikansi $0,033 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_2 **diterima** dan H_0 ditolak.

3) Pengujian Hipotesis 3

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh $T_{hitung} (0,635) < T_{tabel} (1,98580)$ dan signifikansi $0,527 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_3 ditolak dan H_0 **diterima**.

4) Pengujian Hipotesis 4

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh $T_{hitung} (4,655) > T_{tabel} (1,66140)$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *user's friendliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_4 **diterima** dan H_0 ditolak.

5) Pengujian Hipotesis 5

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh yaitu $T_{hitung} (-1,583) < T_{tabel} (-1,98580)$ dan signifikansi $0,117 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_5 ditolak dan H_0 **diterima**.

6) Pengujian Hipotesis 6

Setelah dilakukan uji t maka diperoleh $T_{hitung} (3,005) > T_{tabel} (1,98580)$ dan signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan disimpulkan bahwa H_6 **diterima** dan H_0 ditolak.

b. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.455	6	72.743	34.006	.000 ^b
	Residual	198.935	93	2.139		
	Total	635.390	99			

Output Hasil Uji F (Simultan)

Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (34,006) > F_{tabel} (2,20)$ dan signifikansi $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user's friendliness*, *personal needs*, dan *efficiency* mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *Site Organization* Terhadap Kepuasan Nasabah

Site organization pada layanan BSI Mobile belum sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna. Hal tersebut disebabkan pengguna merasa visual yang ditampilkan BSI Mobile kurang menarik. Pengguna merasa tampilan *interface* pada BSI Mobile kurang terorganisasi dengan baik. Maka dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia agar pengguna mendapatkan layanan secara online sesuai dengan ekspektasi sehingga memberikan kepuasan pada pengguna terhadap layanan elektronik yang diberikan BSI Mobile, diantaranya dengan

membuat visual yang menarik dan tampilan *interface* yang terorganisasi dengan baik.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Hafiyanda & Sharif (2023) yang mengatakan bahwa *site organization* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi Livin by Mandiri *mobile*.

2. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah

Reliability pada layanan BSI Mobile sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna BSI Mobile sehingga sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan pengguna tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Dikatakan sesuai karena saat transaksi pada BSI Mobile tidak terdapat gangguan dan dapat berjalan dengan tepat waktu. Hal ini memberikan kepuasan bagi pengguna dengan semakin kecil peluang terjadi gangguan saat transaksi, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan Nugraha (2021) yang mengatakan bahwa *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada nasabah bank BUMN di kabupaten Jember.

3. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah

Responsiveness pada layanan BSI Mobile belum sesuai dengan apa yang diinginkan pengguna. Hal tersebut disebabkan pengguna merasa BSI Mobile memerlukan waktu yang lama dalam memberikan layanan dan kurang tanggap dalam menanggapi permintaan pengguna. Maka dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia agar pengguna mendapatkan layanan sesuai dengan ekspektasi sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pengguna BSI Mobile, diantaranya dengan memberikan layanan dengan cepat, tanggap dalam menanggapi permintaan dan memberikan informasi yang tepat bagi pengguna BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani dan Damayanti (2023) yang mengatakan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Mandiri.

4. Pengaruh *User's Friendliness* Terhadap Kepuasan Nasabah

User's friendliness pada BSI Mobile sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna sehingga *user's friendliness* pada BSI Mobile sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan pengguna tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Dikatakan sesuai karena layanan pada BSI Mobile mudah digunakan, dipahami dan dapat berjalan dengan lancar sehingga memberikan kepuasan pada pengguna dengan dapat transaksi dan interaksi menggunakan BSI Mobile dengan mudah. Hal ini berarti jika aplikasi BSI Mobile dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berinteraksi dan bertransaksi maka meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristi & Nihayatu (2021) yang mengatakan bahwa *user's friendliness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *mobile banking* bank Syariah Indonesia.

5. Pengaruh *Personal Needs* Terhadap Kepuasan Nasabah

Personal needs pada layanan BSI Mobile belum sesuai dengan apa yang inginkan pengguna. Hal tersebut disebabkan pengguna merasa keamanan belum terjamin saat melakukan transaksi dan kebutuhan pribadi mereka belum sepenuhnya terpenuhi dengan baik. Maka dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia agar pengguna mendapatkan layanan yang sesuai dengan ekspektasi diantaranya dengan memberikan keamanan yang lebih ketat dan memperbaiki kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh pengguna BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani dan Damayanti(2023) yang mengatakan bahwa *personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna aplikasi *mobile banking* bank Mandiri.

6. Pengaruh *Efficiency* Terhadap Kepuasan Nasabah

Efficiency pada BSI Mobile sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna sehingga sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan pengguna tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Dikatakan sesuai karena layanan BSI Mobile mempermudah pengguna dalam mencari apa yang sedang dibutuhkan dan menyelesaikan transaksi dengan cepat. Hal ini berarti semakin lengkap produk dan layanan yang ditawarkan, serta semakin cepat transaksi yang diselesaikan, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristi & Nihyatu (2021) yang mengatakan bahwa *efficiency* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

7. Pengaruh Dimensi *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Simultan

Site organization, reliability, responsiveness, user's friendliness, personal needs, dan efficiency berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna BSI Mobile. *E-service quality* yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia pada BSI Mobile sudah cukup baik dan memiliki pengaruh yang cukup tinggi dalam menjelaskan kepuasan nasabah. *Site organization, reliability, responsiveness, user's friendliness, personal needs, dan efficiency* dapat menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh antara *site organization* terhadap kepuasan nasabah. Dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia dengan memberikan layanan sesuai dengan ekspektasi sehingga memberikan kepuasan terhadap pengguna BSI Mobile, diantaranya dengan membuat visual yang menarik dan tampilan *interface* yang terorganisasi dengan baik.
2. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa *reliability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin kecil peluang terjadi kesalahan atau gangguan saat transaksi pada BSI Mobile, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna BSI Mobile.
3. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa *responsiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia dengan memberikan layanan sesuai dengan ekspektasi sehingga memberikan kepuasan pada pengguna BSI Mobile, diantaranya memberikan layanan dengan cepat, tanggap menanggapi permintaan dan memberikan informasi yang tepat pada pengguna BSI Mobile.
4. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa *user's friendliness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti jika BSI Mobile memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pengguna dalam berinteraksi dan bertransaksi menggunakan BSI Mobile maka akan meningkatkan kepuasan terhadap pengguna BSI Mobile.
5. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa *personal needs* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dibutuhkan strategi bagi Bank Syariah Indonesia

- dengann memberikan layanan sesuai dengan ekspektasi sehingga pengguna merasa puas dengan layanan pada BSI Mobile, diantaranya dengan memberikan keamanan yang lebih ketat dan memperbaiki kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh nasabah.
6. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa *efficiency* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti semakin lengkap produk dan layanan yang ditawarkan, serta semakin cepat transaksi yang diselesaikan, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna BSI Mobile.
 7. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa *e-service quality* yang terdiri dari *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user's friendliness*, *personal needs*, dan *efficiency* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia perlu memperhatikan tampilan *interface* pada aplikasi BSI Mobile dengan membuat tampilan *interface* tidak hanya menarik dan terorganisasi dengan baik namun juga *userfriendly* agar semua kalangan dapat dengan mudah menemukan fitur yang dicari seperti memberikan keterangan yang jelas pada setiap fitur dan menggunakan jenis dan ukuran font yang mudah dibaca.
2. Bank Syariah Indonesia juga harus memperhatikan permintaan dari pengguna dan memberikan informasi yang tepat agar pengguna BSI Mobile tidak merasa kecewa terhadap customer service yang ada pada BSI Mobile seperti cepat dan tanggap dalam menanggapi ulasan tentang kekecewaan pengguna terhadap layanan yang terdapat pada BSI Mobile di playstore dan cepat dalam menanggapi pengaduan yang ada di menu Customer Care pada BSI Mobile.
3. Bank Syariah Indonesia perlu meningkatkan keamanan data pengguna dan mengevaluasi keperluan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna BSI Mobile dengan memberikan fitur yang membantu dan memudahkan pengguna dalam pekerjaannya sehari-hari seperti pembayaran tagihan.
4. Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempelajari dan mengembangkan teori servqual dari variabel-variabel terkait e-service quality dengan fokus pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Andrayani, K. F., & Solekah, N. A. (2021). Determinasi Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Pendekatan E-Service Quality). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*. Diambil kembali dari bankbsi.co.id: <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bayu, D. J. (2020, November 18). *Layanan Digital Banking Paling Sering Digunakan Saat Pandemi Corona*. Diambil kembali dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/18/layanan-perbankan-digital-makin-sering-digunakan-saat-pandemi>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shoppe). *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Bidang Administrasi , Sosial, Humaniora, dan Kebijakan Publik*, 19-25.

- Kominfo. (2021, Februari 23). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*. Diambil kembali dari Kominfo.go.id:
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- Mamondol, M. R. (2021). *Dasar-Dasar Statistika*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Milza, A. T., Fasa, M. I., Suharto, & Fachri, A. (2021). Implementasi BSI Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, Vol. 3 No. 1.
- Nugraha, K. S. (2021). Internet Banking Service Quality: Building Satisfaction and Customer Trust. *International Journal of Social Science and Business*.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Raza, S. A., Amma, U., Muhammad, A. Q., & Abdul, S. D. (2020). Internet Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified E-SERVQUAL Model. *TQM Journal*, 32(6), 1443-1466.
- Sundari, E. (2021). *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam*. Indramayu: Penerbit Adab, CV. Adanu Abimata.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, H. H., Sabtohad, J., . . . Mulyani, W. Z. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wilson, A., Zeithmal, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2012). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm (2nd ed.)*. McGraw Hill.
- Wisnubroto, K. (2023, Februari 6). *Transaksi Uang Elektronik Melejit*. Diambil kembali dari Indonesia.go.id:
<https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-in-number/6855/bank-indonesia-projects-the-increase-in-digital-transaction-to-reach-rp495-2-t-in-2023?lang=1>
- Zeithaml, W., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill Education.