



PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Karyawan Dan Mahasiswa Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat)

Sri Nova Deltu^{a*}, Qumil Laila Arham^b, Chintia Pratama Putri^c, Puja Lestari^d

^{a,b,c,d} Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat, Indonesia

^{*}srinovadeltu@yahoo.co.id

Diterima: Januari 2024. **Disetujui:** Januari 2024. **Dipublikasikan:** Februari 2024.

DOI: <https://doi.org/10.37058/banku.v5i1.10064>

ABSTRACT

This study aims to examine the extent of the impact of mobile banking usage on customer satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia (a study on employees and students of 'Aisyiyah Polytechnic in West Sumatra). The research method used is quantitative with an explanatory approach, and data collection was conducted using questionnaires distributed to 30 respondents. Data analysis was performed using simple linear regression analysis. The results show that each increase in mobile banking usage will enhance customer satisfaction. The coefficient of determination of 0.865 indicates that mobile banking usage has a strong influence on customer satisfaction, with a contribution of 74.8%. A significance value of $0.003 < 0.05$ demonstrates that this influence is statistically significant. Mobile banking usage significantly increases customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia. It is recommended to continuously develop mobile banking features, enhance security, and provide customer education.

Keywords: *mobile banking; customer satisfaction; Islamic bank.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia (Studi pada karyawan dan mahasiswa Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat). Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode eksplanatori, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner terhadap 30 responden penelitian. Analisa data dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Koefisien determinasi sebesar 0,865 menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah, dengan kontribusi sebesar 74,8%. Nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Penggunaan *mobile banking* secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur *mobile banking*, meningkatkan keamanan, dan menyediakan edukasi kepada nasabah.

Kata Kunci: *mobile banking; kepuasan nasabah; bank syariah.*

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini dimana perkembangan teknologi dan globalisasi sangat pesat, persaingan bisnis terjadi sangat ketat semua pelaku bisnis berlomba-lomba menyasar segala macam cara agar usaha tetap berjalan lancar termasuk di dalamnya menggunakan pemasaran online. Demikian juga yang terjadi di dunia perbankan persaingan semakin ketat baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Setiap bank harus memberikan pelayanan yang terbaik dan prima terhadap nasabah jika tetap ingin berkembang dan diminati oleh nasabah. Rasa aman, kepercayaan, keyakinan, kemudahan dan kepuasan nasabah menjadi faktor penentu keberhasilan suatu bank menjadi bank yang unggul dibandingkan kompetitor yang lain.

Kualitas pelayanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan nasabah. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan maka pelanggan tidak akan puas. Namun jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2009).

Untuk memenuhi rasa aman, kepercayaan, keyakinan, kemudahan dan kepuasan nasabah, bank harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Kepuasan nasabah akan memberikan dampak yang positif bagi bank, bukan hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang. Nasabah yang puas akan pelayanan yang diberikan bank, kecil kemungkinan nasabah akan berpindah ke bank lain, begitu juga sebaliknya jika nasabah tidak puas dengan pelayanan yang mereka dapatkan besar kemungkinan mereka akan berpindah ke bank lain.

Bank dituntut untuk selalu melakukan terobosan-terobosan baru dalam produk ataupun jasa dengan memanfaatkan

teknologi yang semakin canggih sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, diantaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *mobile banking*.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh atau diinstall oleh nasabah. Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan alokasi cabang/ ATM terdekat), layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya. Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa harus datang ke bank / ATM kecuali setoran dan tarik tunai (Supriyono, 2011).

Hasil analisis diperoleh hasil uji T-test yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dalam hasil uji Ftest menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Hernandez, 2022).

Hasil penelitian (Marginingsih, 2020) diperoleh faktor kualitas pelayanan secara parsial dan simultan dengan menggunakan variabel *reliability and responsiveness, assurance and security, convenience in banking, mobile banking efficiency dan easy to use* terhadap kepuasan nasabah memperoleh hasil yang positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah organisasi.

Hasil penelitian (Dwinurpitasari, 2019) menunjukkan bahwa: (1) Kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (2) Kualitas produk *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas produk *mobile banking* sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (3) Kualitas layanan *mobile banking* dan kualitas produk *mobile banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank yang berada dalam perindustrian perbankan dengan menyediakan berbagai fitur layanan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* yang disediakan oleh BSI bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Fitur yang tersedia dari *mobile banking* BSI diantaranya Pengecekan Saldo Rekening, Daftar Mutasi, Transfer, Pembelian, Pembayaran, Layanan Islami, Berbagi-Ziswaf (infaq, wakaf, dan zakat secara *online*), Emas, Tarik Tunai, *Top Up e-Wallet*, *e-Commerce*, QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) dan berbagai fitur lainnya. Pada dasarnya bank sangat penting untuk mengetahui sejauh mana persepsi konsumen atau nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang diberikan apakah memberikan keuntungan dan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi tanpa perlu mendatangi bank tersebut atau sebaliknya.

Beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang kepuasan nasabah

terhadap penggunaan *mobile banking* diantaranya; (Nurdin dkk, 2020) berdasarkan hasil penelitiannya variabel independen (Kecepatan, Keamanan, akurasi data, dan Kepercayaan) dapat menjelaskan variabel dependen (Kepuasan nasabah) sebesar 601%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. (Fernos J, 2020) menyatakan *Tangible* dalam pengujian hipotesis tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* Nagari Cabang Padang. *Reliability* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* Nagari Cabang Padang. *Responsiveness* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* Nagari Cabang Padang. *Assurance* dalam pengujian hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* Nagari Cabang Padang. *Empathy* dalam pengujian hipotesis tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *Mobile bank* Nagari Cabang Padang.

Hasil penelitian (Wardhana, 2015) ditinjau dari kelima unsur kualitas layanan *m-banking* yaitu: *speed, security, accuracy* dan *trust* maka disimpulkan bahwa institusi perbankan Indonesia sudah memiliki fasilitas layanan *m-banking* yang memiliki kecepatan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya, dapat memberikan jaminan keamanan bagi nasabah pengguna layanan *m-banking*, telah memenuhi aspek akurasi yang harus diberikan kepada nasabahnya, dan telah memberikan kepercayaan bagi nasabah pengguna layanan *m-banking* yang memang dibutuhkan oleh nasabahnya. (Akob & Sukarno, 2022) kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mereka. Selanjutnya, kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. (Febrianta & Indrawati, 2016)

kualitas layanan *mobile banking* Bank BCA di Kota Bandung pada saat ini sudah dinilai baik. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata presentase sub variabel sehingga memperoleh rata-rata presentase keseluruhan sebesar 81,06% yang berada pada kategori baik. Kepuasan nasabah Bank BCA yang menggunakan layanan *mobile banking* di Kota Bandung pada saat ini sudah dinilai sangat baik atau sudah sangat memuaskan. Hal ini dapat dilihat pada hasil deskriptif tentang kepuasan nasabah yang mendapat rata-rata 83,18% dan berada pada kategori sangat baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, mengenai Pengaruh Fasilitas Layanan *Internet Banking* dan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah. Uji t parsial pengaruh fasilitas layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kc Tangerang. Sedangkan Fasilitas layanan *Mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Tangerang (Khumaini, 2022). Kualitas layanan, persepsi nilai, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank (Setiawan, 2016).

Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem *mobile banking*, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas perusahaan layanan perbankan, dan kecepatan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Adela, 2020). Bank Rakyat Indonesia (BRI) perlu meningkatkan kualitas layanan BRI *Mobile* karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang akan mendorong loyalitas mereka untuk tetap menggunakan BRI (Hariansyah, dk. 2019). *Internet Banking*, *Mobile banking* dan *SMS Banking* secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah. *Internet Banking* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, *Mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan *SMS Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Fitria dkk, 2021).

Hasil penelitian (Amalia, 2022) menunjukkan bahwa: (1) Kemanfaatan m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kemanfaatan m-banking sebesar $0,034 < 0,05$. (2) Kemudahan m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertansaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel Kemudahan m-banking sebesar $0,040 < 0,05$. (3) Fitur m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel fitur m-banking sebesar $0,028 < 0,05$, dan (4) Keamanan m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kemananan m-banking sebesar $0,036 < 0,05$. Maka dapat disimpulkam dalam penelitian ini bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep.

Hasil penelitian (Imelda & Huwaida, 2019) menunjukkan bahwa: Secara simultan kualitas layanan m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Secara parsial *tangible* dan *assurance* berpengaruh positif tidak signifikan, *reliability* dan *emphaty* berpengaruh positif signifikan, dan

responsiveness berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh yang paling dominan adalah variabel *emphaty*.

Hasil penelitian (Rizal & Munawar, 2017) menunjukkan bahwa koefisien determinan (R^2) bernilai 92,2 persen menunjukkan bahwa variabel keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh sebesar 92,2% dan sisanya 7,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini. Pengujian yang dilakukan baik dengan menggunakan uji F-hitung maupun dengan menggunakan uji t-hitung maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan baik secara partial maupun secara simultan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh, dengan kata lain hipotesis dalam penelitian ini diterima. Untuk menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen, disarankan fitur-fitur, kecepatan dan layanan lainnya serta keamanan dalam penggunaan m-Banking harus ditingkatkan supaya kepercayaan konsumen semakin bertambah.

Berdasarkan uraian di atas tujuan dari penelitian ini adalah menitikberatkan pada “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan dan Mahasiswa Politeknik ‘Aisyiyah Sumatera Barat)’”.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan desain penelitian analitik. Penelitian analitik adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya, maupun membandingkan atau mengetahui perbedaan satu variabel atau

lebih dilihat dari berbagai sudut pandang dan aspek lainnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini dilakukan di Politeknik ‘Aisyiyah Sumatera Barat yang terletak di Jl. Gajah Mada Komplek Kesehatan Gunung Pangilun Kota Padang. Objek penelitian ini adalah 30 orang yang terdiri dari karyawan dan mahasiswa yang memiliki rekening bank BSI.

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa kuantitatif yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian produk. Analisa data dilakukan dengan menggunakan uji regresi untuk pembuktian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian mengenai “Pengaruh Penggunaan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Karyawan dan Mahasiswa Politeknik ‘Aisyiyah Sumatera Barat)’” dilakukan pada karyawan dan mahasiswa dilingkungan Politeknik ‘Aisyiyah Sumatera Barat yang beralamatkan di Jl. Gajah Mada Komplek Kesehatan Gunung Pangilun Kota Padang. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada karyawan dan mahasiswa yang memiliki rekening bank BSI. Berikut deskripsi kuesioner penelitian.

Tabel 1. Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Persentase
30	30	30	30	100%

Sumber: Data Diolah, 2023.

Pada Tabel 1. Dapat dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang yang terdiri dari karyawan dan mahasiswa

Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat. Data sampel dapat dijelaskan pada tabel dibawah.

Tabel 2. Jumlah Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	7	23,3%
2	Perempuan	23	76,7%
		30	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa sampel berjumlah 30 orang yang terdiri dari 7 orang berjenis kelamin laki-laki (23,3%) dan 23 orang dengan jenis kelamin perempuan (76,7%). Sampel pada penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan. Sampel terdiri dari karyawan dan mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Sampel Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Karyawan	16	53,3%
2	Mahasiswa	14	46,7%
		30	100%

Sumber: Data Diolah,2023

Tabel 3 menunjukkan jumlah presentase sampel berdasarkan pekerjaan. Sampel dengan pekerjaan karyawan terdapat sebanyak 16 orang (53,3%) dan sampel dengan pekerjaan mahasiswa terdapat 14 orang (46,7%).

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
<i>Mobile banking</i>	0,705	Reliabel

Sumber: Data Diolah,2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa *Mobile banking* dalam keadaan *Reliabel* dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang telah di uji sebesar 0,705 mempunyai nilai lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2019).

Uji Regresi

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	0,417	2,184		0,168	0,245
<i>Mobile banking</i>	0,329	0,086	0,865	2,491	0,003
R ² = 0,748					

Sumber: Data Diolah, 2023.

Dari Tabel 5 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil pengujian yang dilakukan maka dapat dibuat secara matematis persamaan regresi yaitu;

$$Y = 0,417 + 0,329 X + e$$

Y merupakan variabel terikat (kepuasan nasabah), X merupakan variabel bebas (penggunaan *mobile banking*). Koefisien 0,329 pada variabel X menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,329 unit, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Konstanta 0,417 menunjukkan tingkat kepuasan nasabah ketika penggunaan *mobile banking* bernilai nol. Dalam penelitian ini, penggunaan *mobile banking* memiliki koefisien dalam kategori tinggi sebesar 0,865, yang menunjukkan bahwa variabel ini cukup dominan. Besarnya pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah 74,8%. Artinya, 74,8% variasi dalam kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh penggunaan *mobile banking*, sementara sisanya 25,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (independen). Pada uji regresi berganda nilai t variabel bebas digunakan untuk membuktikan hasil hipotesis penelitian dengan pengambilan kesimpulan sebagai berikut; jika nilai sig.

$< 0,05$ maka artinya variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) berpengaruh terhadap dependent (Y) (Ghozali,2019).

Pada Tabel 6, nilai signifikan dari penggunaan *mobile banking* adalah 0,003, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, nilai t_{hitung} sebesar 2,491 lebih besar dari t_{tabel} yang sebesar 2,262 ($2,491 > 2,262$), semakin memperkuat bahwa variabel penggunaan *mobile banking* secara statistik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, khususnya di kalangan karyawan dan mahasiswa Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat. Dengan kontribusi sebesar 74,8% terhadap variasi kepuasan nasabah, jelas bahwa peningkatan penggunaan *mobile banking* berpotensi besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Koefisien regresi sebesar 0,329 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,329 unit.

Nilai signifikansi 0,003, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} , memperkuat bukti bahwa *mobile banking* secara statistik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus mengembangkan fitur-fitur *mobile banking*, meningkatkan keamanan, dan menyediakan edukasi kepada nasabah mengenai cara penggunaan yang optimal. Pendekatan ini tidak hanya akan

meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga loyalitas mereka terhadap bank.

Selain itu, hasil ini memberikan implikasi penting bagi institusi pendidikan dan industri perbankan secara keseluruhan. Institusi pendidikan dapat meningkatkan literasi keuangan melalui program kolaborasi dengan bank, sementara bank lain perlu berinovasi dan meningkatkan layanan *mobile banking* mereka untuk tetap kompetitif. Regulator perbankan juga harus memastikan bahwa kebijakan mendukung perkembangan *mobile banking* dengan tetap menjaga keamanan dan privasi nasabah.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, dengan kontribusi sebesar 74,8%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *mobile banking* secara substansial dapat meningkatkan kepuasan nasabah, terutama di kalangan karyawan dan mahasiswa Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat. Koefisien regresi sebesar 0,329 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,329 unit.

Selain itu, nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,491 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,262 memperkuat bukti bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan layanan *mobile banking* sangat penting untuk diimplementasikan oleh Bank Syariah Indonesia guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia perlu terus mengembangkan dan mengoptimalkan layanan *mobile banking* mereka, baik dari segi fitur, keamanan, maupun edukasi pengguna. Implikasi ini juga penting bagi institusi pendidikan dan

industri perbankan secara keseluruhan, dimana kolaborasi dan inovasi terus diperlukan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah.

REFERENSI

- Adela, M. (2020). *Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Bni Syariah Kcp Rajabasa)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 269-283.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Fitur dan Keamanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70-89.
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *pengaruh kualitas layanan dan produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada bri syariah kcp ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Fernos, J., & Gietricen, G. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pundi*, 3(2), 137-150.
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43-52.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hariansyah, F. A., Wardani, N. H., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4267-4275.
- Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi Sehari-Hari. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(1), 17-32.
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Kcp Kayu Tangi Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA: Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 101-109.
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143-153.
- Kotler & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Molan B, penerjemah;

Jakarta: Prehalindo. Terjemahan dari: Marketing Management.

- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 24-31.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87-104.
- Rizal, S., & Munawir, M. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal Emt Kita*, 1(2), 68-78.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan mobile banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 20(3), 112487.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Andi. Yogyakarta.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia [Effect of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality on Customer Satisfaction in Indonesia]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 10(2), 273-284.