

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN APLIKASI MOBILE BANKING DAN KUALITAS PRODUK BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI SIDOARJO

Neta Armeilia<sup>1</sup>, Sriyono<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

e-mail: [nettaarmeiliaa@gmail.com](mailto:nettaarmeiliaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [sriyono@umsida.ac.id](mailto:sriyono@umsida.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas pelayanan aplikasi mobile banking dan kualitas produk bank terhadap kepuasan nasabah bank BSI di Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian adalah nasabah BSI yang bertempat tinggal di Sidoarjo sebesar 80 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian menghasilkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah serta kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah bank BSI di Sidoarjo

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.

**Abstract** - This study aims to determine and analyze the effect of mobile banking application service quality and bank product quality on customer satisfaction of BSI bank in Sidoarjo. This research method uses quantitative descriptive analysis. The research sample is BSI customers who live in Sidoarjo amounting to 80 people. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection techniques through questionnaires. The results showed that service quality has no significant positive effect on customer satisfaction, product quality has a significant positive effect on customer satisfaction and service quality and product quality together have a significant positive effect on customer satisfaction of BSI bank in Sidoarjo.

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

### PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi telah meningkat secara dramatis dalam beberapa tahun terakhir, tidak hanya di negara industri tetapi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia kemajuan teknologi ini pada akhirnya mengarah pada pengembangan industri mobile. Salah satu industri alternatif yang menarik adalah perbankan. Industri alternatif yang menunjukkan banyak harapan karena mobile banking dianggap memiliki banyak kemudahan akses bagi kedua belah pihak. Menggunakan layanan ini untuk mobile banking layanan yang diberikan kepada klien dapat meningkatkan efektivitas. Fenomena saat ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berkontribusi pada kemampuan internet untuk memfasilitasi pekerjaan karena internet merupakan alat yang memungkinkan akses informasi yang cepat. membantu seseorang memperoleh informasi dengan cepat (Aziz et al., 2022).

Tabel 1 Akumulasi Penggunaan Mobile Banking BSI Tahun 2023

Rekapan Triwulan	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> BSI	Jumlah Transaksi
Maret 2023	5,18 juta	86,40 juta
Juni 2023	5,18 juta	149,59 juta
September 2023	5,9 juta	266,3 juta

Pada tabel diatas bahwa hingga Juni 2023 Sebanyak 97% transaksi atau 143,59 juta, telah tercakup dengan 3% sisanya masih menggunakan layanan teller. Hal ini telah

membantu jumlah orang yang menggunakan layanan digital bisnis ini meningkat. Generasi X, Y, dan Z terus mendominasi penggunaan Mobile Banking BSI hingga September 2023, dengan total 266,3 juta transaksi dan 5,9 juta pengguna, dengan pertumbuhan sebesar 32,8 persen per tahun.

BSI menyediakan layanan berbasis syariah yang tidak bertentangan dengan syariat Islam. Guna menghilangkan kekhawatiran masyarakat muslim terhadap perbankan dan riba BSI telah menyediakan mobile banking yang disebut sebagai BSI Mobile, diciptakan untuk memfasilitasi dan memudahkan nasabah dalam berinteraksi. Hadirnya mobile banking membawa dampak positif bagi kemudahan dan kepuasan nasabah dari bank BSI.

Menurut Keller dalam Dwinurpitasari (2019) dalam (Rahim et al., 2022) salah satu ukuran keberhasilan suatu bank dalam menjalankan usahanya secara profesional adalah dari kepuasan nasabah-nasabahnya atas penggunaan layanan bank tersebut. Kapasitas bisnis untuk menawarkan layanan kualitas yang unggul akan meningkatkan reputasi perusahaan, membuat pelanggan datang kembali menggunakan jasanya dan membuka peluang bisnis baru. Nasabah akan semakin mengutamakan produk suatu bank jika semakin tinggi kualitas pelayanan bank tersebut, baik dari segi transaksi yang ditawarkan bank maupun aktivitas keuangan lainnya.

Menurut (Prihatiningrum & Zuraidah, 2022) karena dapat membedakan bank dari pesaing, kualitas layanan memainkan peran penting dalam persaingan bank. Ketika menawarkan layanan kepada klien, kualitas layanan harus diperhitungkan karena kualitas layanan memegang kunci untuk meningkatkan profitabilitas bisnis. Tingkat kualitas layanan dapat dipengaruhi oleh ketidakpuasan nasabah terhadap layanan perbankan. Menggunakan kembali layanan dan produk bank akan mengurangi kemungkinan nasabah untuk berpindah ke bank lain, yang merupakan manfaat lain dari layanan perbankan berkualitas tinggi (Estuti et al., 2020).

Produk yang unggul akan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia secara konsisten bekerjasama untuk mengembangkan barang-barangnya. Hasilnya, Bank Syariah Indonesia secara konsisten bekerja sama untuk mengembangkan barang-barangnya.

Dapat disimpulkan bahwa pengguna BSI Mobile semakin naik dari jumlah sebelumnya dan transaksi yang dilakukan nasabah semakin banyak, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pula tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap BSI Mobile. Selain mempermudah transaksi keuangan, BSI Mobile juga menawarkan sejumlah kemudahan lain untuk transaksi sosial dan bahkan layanan spiritual, seperti waktu salat, lokasi masjid terdekat, dan arah kiblat.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, akan tetapi masih memiliki hasil yang berbeda. Pada penelitian yang dilakukan (Nurdin et al., 2020) menyatakan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Rahim et al., 2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dalam perspektif islam memiliki pengaruh positif yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan, pada penelitian (Ghantynireta et al., 2021) menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tidak sedikit peneliti yang melakukan penelitian mengenai kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, dan memiliki hasil yang berbeda-beda. Seperti pada penelitian (Wiharso et al., 2022) memiliki hasil positif secara signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut selaras dengan hasil penelitian (Budiningih & Primdhita, 2019) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian (Rahma, 2018) kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan research gap dan fenomena yang telah disinggung sebelumnya. Penelitian sebelumnya masih memiliki perbedaan hasil yang tidak konsisten antara berpengaruh positif secara signifikan dan tidak berpengaruh secara signifikan. Sehingga peneliti mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Aplikasi Mobile Banking dan Kualitas Produk Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo”.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana data numerik yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (skorsing) menurut Sugiyono (2007) dalam (Isroul Khusna, 2020). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Hal ini digunakan untuk menilai bagaimana kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo dipengaruhi oleh kualitas layanan aplikasi mobile banking dan kualitas produk. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah mobile banking Syariah Indonesia di Sidoarjo yang berjumlah 100 responden.

Rumus penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus diatas maka dapat diperoleh sampel:

$$n = \frac{100}{1 + 100.(0,05)^2} = 80$$

Maka dari hasil rumus diatas dalam menentukan jumlah sampel diperoleh sebanyak 80 orang responden nasabah mobile banking Bank Syariah Indonesia yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara khusus untuk proyek studi. Responden memberikan data primer secara langsung pada kuesioner dengan menjawab pernyataan. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal online, majalah, tesis, literatur yang diterbitkan oleh lembaga-lembaga terkait, dan sumber-sumber kepustakaan lainnya atau makalah yang merupakan hasil dari penelitian terdahulu.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Uji reliabilitas untuk mengukur seberapa konsisten responden menjawab konstruk pertanyaan kuesioner, yang didasarkan pada dimensi-dimensi variabel penelitian. Uji normalitas untuk memastikan apakah data yang sedang diteliti untuk variabel X dan Y memiliki distribusi normal atau tidak menurut Sufren (2014) dalam (Isroul Khusna, 2020). Uji linearitas digunakan untuk mencari persamaan garis regresi dari variabel X terhadap variabel Y. Uji korelasi digunakan untuk menganalisis hasil korelasi dari variabel-variabel penelitian dianalisis dengan menggunakan uji korelasi. Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> digunakan sejauh mana variabel independen mempengaruhi variasi nilai variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi. Uji regresi sederhana untuk menentukan apakah ada korelasi atau tidak antara variabel.

Definisi operasional adalah suatu unsur penelitian yang menggambarkan bagaimana suatu variabel instrumental diukur dan dapat menampilkan indikator-indikator yang mendukung variabel yang dianalisis menurut Masri (2000) dalam (Isroul Khusna, 2020). Variabel-variabel dalam penelitian ini yang perlu dioperasionalkan adalah kualitas produk

dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking BSI di Sidoarjo. Berikut definisi operasional dan indikator variabel:

Tabel 2 Definisi Operasional dan Indikator

<b>Varibel</b>	<b>Defenisi Operasional Variabel</b>	<b>Indikator</b>
Kualitas Layanan Mobile banking BSI	Menurut Tjiptono (2008) dalam (Budiningsih & Primdhita, 2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan proses menyampaikan informasi kepada konsumen dan mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen. Bagi perusahaan, terutama yang bergerak pada sektor jasa, kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keuntungan yang diterima oleh perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Efisiensi (<i>efficiency</i>)</li> <li>- Pemenuhan janji (<i>fulfillment</i>)</li> <li>- Ketersediaan sistem beroperasi (<i>system availability</i>)</li> <li>- Privasi (<i>privacy</i>)</li> <li>- Jaminan/kepercayaan (<i>assurance/trust</i>)</li> <li>- Tampilan situs (<i>site aesthetic</i>)</li> </ul>
Kualitas Produk <i>mobile banking</i> BSI	Menurut (Dewi & Sudiarta, 2018), kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kinerja barang atau jasa. Kualitas produk adalah karakteristik atau atribut yang dapat dikualifikasikan dan diukur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinerja (<i>performance</i>)</li> <li>- Fitur (<i>features</i>)</li> <li>- Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>- Daya tahan (<i>durability</i>)</li> <li>- Konsistensi (<i>consistency</i>)</li> <li>- Desain (<i>design</i>).</li> </ul>
Kepuasan Nasabah <i>mobile banking</i> BSI	Menurut Indarsari pada penelitian (Wijayanti, 2023) kepuasan merupakan faktor sangat penting bagi keberadaan bisnis karena dapat meningkatkan daya saing perusahaan melalui penyediaan barang dan jasa berkualitas tinggi. Nasabah yang puas dengan penawaran perusahaan akan menggunakan kembali barang dagangan tersebut. Oleh karena itu, melakukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepuasan pelanggan keseluruhan (<i>overall customer satisfaction</i>)</li> <li>- Konfirmasi harapan (<i>confirmation of expectations</i>)</li> <li>- Minat pembelian ulang (<i>repurchase intent</i>)</li> <li>- Ketersediaan merekomendasikan (<i>willingnes to recommend</i>)</li> </ul>

Varibel	Defenisi Operasional Variabel	Indikator
	pembelian ulang tergantung pada tingkat kepuasan tersebut.	- Ketidakpuasan nasabah ( <i>customer dissatisfaction</i> )

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	62	77.5	77.5	77.5
	Laki-Laki	18	22.5	22.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 18 orang dengan persentase sebesar 22,5% sedangkan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 62 orang dengan jumlah persentase 77,5% dengan demikian dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-30 Tahun	76	95.0	95.0	95.0
	30-45 Tahun	1	1.3	1.3	96.3
	45-60 Tahun	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini yang berdasarkan usia dengan 80 responden, yakni terlihat bahwa usia responden yang paling banyak yakni pada usia 18-30 tahun dengan persentase 95%, sedangkan terbanyak kedua dengan usia 45-60 tahun dengan persentase 3,8%, dan untuk usia yang paling sedikit yakni pada usia 30-45 tahun dengan jumlah persentase sebesar 1,3%.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	8	10.0	10.0	10.0
	Pegawai Swasta	4	5.0	5.0	15.0
	Mahasiswa	59	73.8	73.8	88.8
	Lain-Lain	9	11.3	11.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini yang berdasarkan pekerjaan dengan 80 responden, yakni terlihat bahwa pekerjaan responden yang paling banyak yakni mahasiswa dengan persentase 73,8%, sedangkan terbanyak kedua dengan pekerjaan lain-lain dengan persentase 11,3%, sedangkan pekerjaan wiraswasta dengan persentase 10% dan untuk pekerjaan yang paling sedikit yakni pada pegawai swasta dengan jumlah persentase sebesar 5%.

### Pengujian Kualitas Data

#### Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
X <sub>1</sub>	X <sub>1.1</sub>	0,848	0,2199	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,853	0,2199	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,761	0,2199	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,844	0,2199	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,863	0,2199	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,815	0,2199	Valid
X <sub>2</sub>	X <sub>2.1</sub>	0,755	0,2199	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,851	0,2199	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,883	0,2199	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,716	0,2199	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,858	0,2199	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,849	0,2199	Valid
Y	Y.1	0,799	0,2199	Valid
	Y.2	0,816	0,2199	Valid
	Y.3	0,894	0,2199	Valid
	Y.4	0,862	0,2199	Valid
	Y.5	0,549	0,2199	Valid

Hasil perhitungan uji validitas terhadap kuesioner Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah menunjukkan bahwa seluruh butir kuesioner semuanya valid. Item kuesioner dinyatakan valid karena r hitung untuk semua item kuesioner lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 0,05 (5%) yaitu sebesar 0,2199. Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah dinyatakan valid dan dapat dipercaya untuk mengambil data penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,909	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,902	Reliabel

Kepuasan Nasabah (Y)	0,814	Reliabel
----------------------	-------	----------

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha diketahui variabel instrumen memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Sebuah variabel dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,60. Nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,909, nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas Produk adalah 0,902, dan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kepuasan Nasabah adalah 0,814. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan Y reliabel. Dengan demikian seluruh variabel instrumen dalam penelitian ini reliabel.

### Pengujian Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89045420
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.038
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,069 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

#### Uji Multikolonieritas

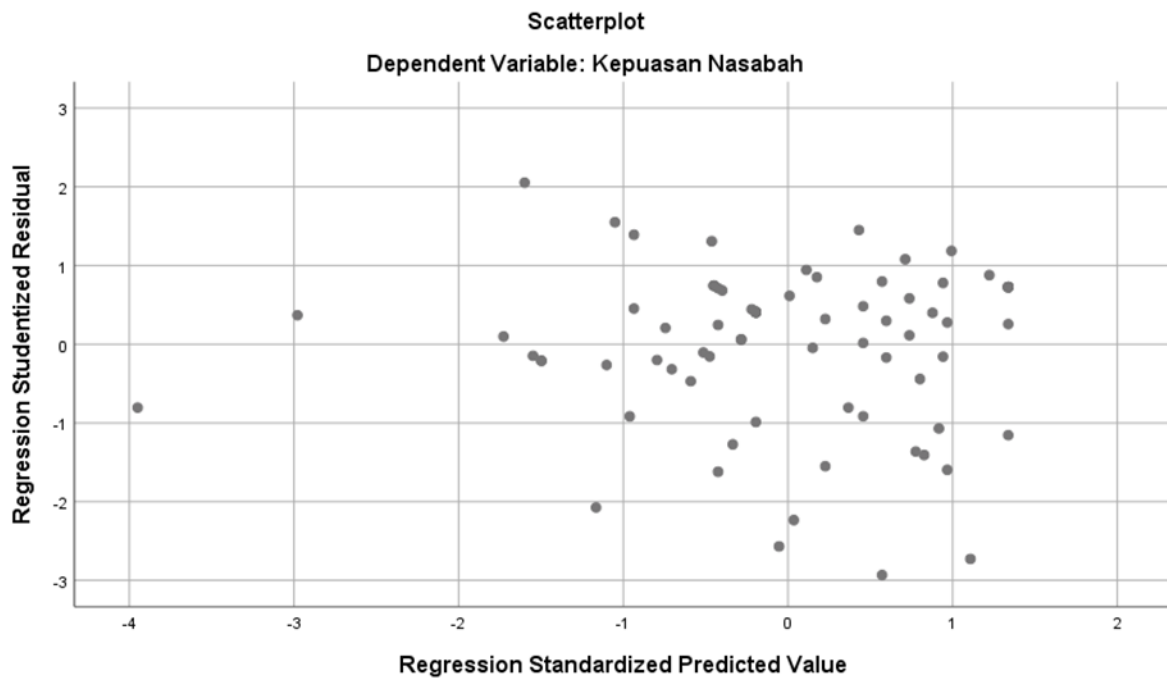
Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.645	3.045		2.510	.014		
	kualitas pelayanan	.113	.094	.124	1.198	.235	.972	1.029
	kualitas produk	.369	.092	.414	4.012	.000	.972	1.029

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya Variance Influence Factor (VIF) pada seluruh variabel tersebut lebih kecil dari 10 dan tidak terjadi multikolonieritas (tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas). Sehingga variabel tersebut dapat digunakan

dalam penelitian.

### Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedasitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

### Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 <sup>a</sup>	.636	.627	2.164	1.616

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji Autokorelasi bisa dilakukan dengan menggunakan pengujian pada uji Durbin-Watson (DW). Apabila nilai Durbin-Watson (DW) diantara -2 dan +3, maka ini tidak terjadi autokorelasi. Pada hasil pengujian menunjukan bahwa nilai DW sebesar 1,616. maka ini membuktikan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

### Uji Linearitas

Variabel	Sig Deviation From Linearity	Keterangan
$X_1 \rightarrow Y$	0,650	Linear
$X_2 \rightarrow Y$	0,364	Linear

Dari tabel tersebut menunjukan hubungan variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) seluruhnya bersifat linear.

### Analisis Regresi Linier Berganda



		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.645	3.045		2.510	.014
	kualitas pelayanan	.113	.094	.124	1.198	.235
	kualitas produk	.369	.092	.414	4.012	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Dari tabel di atas persamaan regresi yang di atas adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 7,645 + 0,113X_1 + 0,369X_2 + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

- Konstanta ( $\alpha$ ) nilainya adalah 7,645 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 0, maka kepuasan nasabah bank syariah indonesia di sidoarjo akan sebesar 7,645
- Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,113 dan bersifat positif, menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.
- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,369 dan bersifat positif, menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.645	3.045		2.510	.014
	kualitas pelayanan	.113	.094	.124	1.198	.235
	kualitas produk	.369	.092	.414	4.012	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

#### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

Nilai thitung sebesar 1,198 sedangkan ttabel sebesar 1,664. Maka thitung < ttabel (1,198 < 1,664) yang artinya ada alasan kuat pada H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan (0,235) > (0,05), sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

#### 2. Kualitas Produk (X2)

Nilai thitung sebesar 4,012 sedangkan ttabel sebesar 1,664. Maka thitung > ttabel (4,012 > 1,664) yang artinya ada alasan kuat pada Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikan (0,000) < (0,05), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat

pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan nasabah.  
**Uji Simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	631.067	2	315.533	67.399	.000 <sup>b</sup>
	Residual	360.483	77	4.682		
	Total	991.550	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 67,399 hal ini menyatakan bahwa Fhitung > Ftabel (67,399 > 3,12) hal ini diperkuat dengan nilai signifikan (0,000 < 0,05). Sehingga perhitungan tersebut menyatakan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak.

**Koefisien Korelasi Berganda (Uji R)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 <sup>a</sup>	.204	.183	2.928

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Jangkauan nilai R adalah antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat semakin kuat. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,451 dan jumlah mendekati angka 1.

**Koefisien Determinan Berganda (Uji R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 <sup>a</sup>	.204	.183	2.928

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Hasil pengujian di atas diketahui Adjusted R square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,204. Hal ini berarti bahwa naik turunnya variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X1), Kualitas Produk (X2) sebesar 2,04%.

**Pembahasan**

Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linier berganda nilai b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,113, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,113 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak di teliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji parsial (Uji T) kualitas pelayanan (X1) nilai signifikan (0,235) > (0,05), sehingga dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara

variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan aplikasi Mobile Banking tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, artinya penyampaian jasa yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Rahim et al., 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan nasabah pada Mobile Banking BSI atau dengan kata lain semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah pada Mobile banking BSI demikian sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan maka akan menyebabkan kepuasan nasabah pada Mobile banking BSI semakin rendah.

Berdasarkan perhitungan uji regresi linier berganda nilai  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,369, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,369, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji parsial (Uji T) kualitas produk ( $X_2$ ) nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan nasabah.

Kualitas produk bank berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya makin baik kualitas produk maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Wiharso et al., 2022). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lain (Budiningsih & Primdhita, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan kepuasan nasabah. Uji ini menunjukkan hasilnya sesuai dengan hipotesis bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis pengujian secara simultan yang diperoleh melalui uji F dapat ditunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 67,399, sedangkan hasil  $F_{tabel}$  pada tabel distribusi sebesar 3,12 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $67,399 > 3,12$ ) dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Secara statistik pengujian ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap peningkatan nilai variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Sidoarjo.

## **KESIMPULAN**

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan oleh penulis di awal dan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, karena  $t_{hitung}$  sebesar 1,198 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,664 dan  $sig$  0,235 > 0,05 maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak. Dapat dikatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, karena  $t_{hitung}$  sebesar 4,012 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,664 dan  $sig$  0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Sehingga dapat

- dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
3. Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar 67,399 > 3,12 dan  $sig < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
  4. Memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya. Teknologi harus digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan penerapannya tidak boleh membahayakan kehidupan manusia atau menimbulkan kerugian (mafsadah). Meskipun masih terdapat beberapa tantangan teknis dan non-teknis minor yang mungkin timbul, Bank Syariah Indonesia (BSI) telah menunjukkan pelayanan yang baik dan ketaatan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam berdasarkan Al-Qur'an dan hadis dalam penggunaan teknologi Mobile Banking.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. Al, Mukhsinun, & Lestari, N. (2022). Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Layanan Mobile Banking Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Gombang Kebumen. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 1(2), 219–242.
- Budiningsih, S., & Primdhita, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 16(2), 121–130. <https://doi.org/10.33370/jmk.v16i2.339>
- Dewi, C. I. A. K., & Sudiarta, I. G. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4539–4569. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p18>
- Estuti, E. P., Hendrayanti, S., & Fauziyanti, W. (2020). Analisis Likuiditas, Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kebijakan Dividen Perusahaan. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 114–126. <https://doi.org/10.33747/capital.v2i1.34>
- Ghantynireta, B. V., Inayatillah, & Evriyenni. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 114–122.
- Hafiz, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN Suska Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Isroul Khusna. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH. *Global Health*, 167(1), 1–5. <https://www.e-ir.info/2018/01/14/securitisation-theory-an-introduction/>
- Nurdin, Musyawah, I., Nurfitriani, & 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.
- Pasaribu, N. A. F. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah di Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 367–373. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1653>
- Rahim, R., AK, M. F., & Karina, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada Mobile Banking BSI. *Prosiding Konferensi Nasional Social*

- & Engineering Polmed (KONSEP), 3(1), 513–519.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.897>
- Rahma, M. N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Pengetahuan Karyawan Tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Kota Kendal). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Risma, Salim, A., & Saprida. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BSI Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(2), 135–144.  
<https://doi.org/10.36908/jimesha>
- Wiharso, G., Prasetyo, J. H., Prakoso, B. S., & Fabrianto, L. (2022). The Effect Of Mobile Banking Product Quality On Customer Satisfaction Of Indonesian Sharia Bank Jakarta Wolter Monginsidi Branch. *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(2), 80–88.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.59784/matriks.v3i2.90>
- Wijayanti, N. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z di Kota Surakarta). Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdanyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.