

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP BEKASI SELATAN

Edison Hamid¹

¹*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Mitra Karya*

Email: Edisonvgh@yahoo.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan sampel sebanyak 120 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi BSI Mobile minimal enam bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua dimensi SERVQUAL, yaitu tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi reliability ($\beta = 0,325$) dan responsiveness ($\beta = 0,298$) merupakan faktor paling dominan dalam menentukan kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,68 mengindikasikan bahwa 68% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh kualitas layanan digital banking. Temuan ini memberikan kontribusi akademik berupa kebaruan kajian pada layanan digital perbankan syariah dengan fokus pada pengalaman digital nasabah, serta kontribusi praktis bagi manajemen BSI dalam meningkatkan kualitas layanan digital untuk memperkuat loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *Bank Syariah, Digital Banking, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, SERVQUAL*

Abstract

The Influence of Digital Banking Service Quality on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Bekasi Selatan

This study aims to analyze the effect of digital banking service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan. The research employed an explanatory quantitative approach with a sample of 120 respondents who have actively used the BSI Mobile application for at least six months. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The findings indicate that all SERVQUAL dimensions—tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, and empathy—have a positive and significant effect on customer satisfaction. Reliability ($\beta = 0.325$) and responsiveness ($\beta = 0.298$) were identified as the most dominant factors influencing satisfaction. The coefficient of determination (R^2) of 0.68 suggests that 68% of customer satisfaction variance is explained by digital banking service quality. This study contributes academically by offering novelty in examining service quality within the context of Islamic digital banking, emphasizing customer digital experience, and provides practical insights for BSI management to enhance digital services and strengthen customer loyalty.

Keywords: *Customer Satisfaction, Digital Banking, Islamic Bank, Service Quality, SERVQUAL.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Digitalisasi

telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, berinteraksi, dan mengakses layanan keuangan. Perbankan yang dulunya sangat bergantung pada layanan tatap muka kini telah bertransformasi menjadi layanan berbasis digital (Aini et al., 2022; Lumpkin & Schich, 2020; Noriko et al., 2020; Priyadarshini et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya tren, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang tidak dapat dihindari oleh lembaga keuangan (Dz, 2018; ILMINA, 2022; Widyanti et al., 2022). Transformasi digital memungkinkan layanan yang lebih cepat, efisien, dan menjangkau nasabah tanpa batas geografis. Oleh karena itu, bank yang tidak mampu beradaptasi dengan era digital akan tertinggal dalam persaingan yang semakin ketat (Andrealin, 2022; Rasyad et al., 2022a; Setiyono & Prapanca, 2021; Suharbi & Margono, 2022).

Di Indonesia, perkembangan perbankan digital mengalami percepatan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone (Andrealin, 2022; Maulidya & Afifah, 2021; Ngamal & Perajaka, 2022; Rasyad et al., 2022b). Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), jumlah pengguna internet telah mencapai 215 juta jiwa, atau sekitar 78% dari total populasi. Hal ini menjadi peluang besar bagi industri perbankan untuk memperluas layanan berbasis digital. Bank tidak hanya dituntut untuk menyediakan layanan finansial, tetapi juga menghadirkan pengalaman digital yang mudah, aman, dan sesuai kebutuhan nasabah. Era digital juga membawa perubahan perilaku konsumen, di mana masyarakat lebih menyukai layanan yang cepat, instan, dan dapat diakses kapan saja (Cahyadi & ST, 2022; Febriani & Dewi, 2019; Umaiyah, 2022a). Fenomena ini mendorong bank syariah untuk semakin memperkuat layanan digital banking sebagai strategi bisnis utama.

Meskipun demikian, perkembangan pesat digitalisasi di sektor perbankan tidak serta-merta menghilangkan tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menjaga kualitas layanan digital agar tetap konsisten dan sesuai dengan harapan nasabah (Darmalaksana, 2022; Elyta & Mutia, 2020; Umaiyah, 2022b). Kualitas layanan digital banking tidak hanya diukur dari kecepatan transaksi, tetapi juga mencakup keandalan sistem, keamanan data, kemudahan penggunaan, serta dukungan layanan pelanggan. Ketika kualitas layanan tidak terpenuhi, maka kepuasan nasabah akan menurun dan berdampak pada menurunnya loyalitas. Kepuasan nasabah menjadi aspek fundamental karena menjadi penentu keberlanjutan sebuah lembaga keuangan. Oleh sebab itu, kualitas layanan digital banking memiliki peran strategis dalam menjaga eksistensi bank di era digital.

Perbankan syariah di Indonesia menghadapi situasi yang lebih kompleks. Selain dituntut untuk memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, bank syariah juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Perbankan syariah tidak boleh hanya mengandalkan citra religius, tetapi harus menghadirkan layanan yang inovatif, modern, dan kompetitif. Dalam praktiknya, bank syariah sering dianggap tertinggal dibandingkan bank konvensional dalam hal pengembangan layanan digital. Keterbatasan sumber daya, infrastruktur, serta kurangnya literasi digital di kalangan nasabah syariah menjadi faktor yang memperberat tantangan tersebut. Oleh karena itu, bank syariah perlu

fokus pada strategi peningkatan kualitas layanan digital untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) menunjukkan bahwa lebih dari 60% transaksi perbankan di Indonesia kini dilakukan melalui platform digital. Angka ini menegaskan bahwa perbankan digital telah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat modern. Namun, laporan OJK juga mengungkapkan bahwa masih banyak nasabah yang mengeluhkan gangguan sistem, lambatnya respons, serta keterbatasan fitur aplikasi perbankan digital. Permasalahan ini juga dialami oleh bank syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia. Fakta ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi nasabah dengan kualitas layanan yang diterima.

Kualitas layanan digital banking dapat dianalisis menggunakan model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Bharmawan & Hanif, 2022; Djuardi & Subagja, 2021a, 2021b; Rahmat & Resmiati, 2021; Umayyah, 2022b). Dalam konteks digital banking, tangibles dapat diterjemahkan sebagai tampilan aplikasi dan infrastruktur teknologi, reliability sebagai keandalan sistem transaksi, responsiveness sebagai kecepatan respon layanan, assurance sebagai jaminan keamanan, dan empathy sebagai perhatian bank terhadap kebutuhan nasabah. Kelima dimensi tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital. Apabila kelima dimensi dapat dipenuhi dengan baik, maka kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan. Namun, apabila terjadi kelemahan pada salah satu dimensi, maka pengalaman nasabah akan terganggu dan menimbulkan rasa tidak puas.

Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung menekankan pada hubungan langsung antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah tanpa memperhatikan pengalaman digital sebagai variabel kunci. Padahal, pengalaman digital memiliki peran penting dalam membentuk persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Dalam konteks bank syariah, pengalaman digital tidak hanya terkait dengan kemudahan transaksi, tetapi juga mencakup aspek kepatuhan syariah dan kepercayaan terhadap sistem digital. Hal ini menjadi relevan mengingat masih adanya persepsi di kalangan masyarakat bahwa layanan digital syariah kurang inovatif dibandingkan bank konvensional. Dengan demikian, penelitian yang mengkaji pengalaman digital nasabah syariah menjadi sangat penting dilakukan.

Dalam praktiknya, BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia telah mengembangkan aplikasi mobile banking yang dikenal dengan BSI Mobile. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur seperti transfer, pembayaran, pembelian, hingga layanan investasi syariah. Namun, meskipun memiliki berbagai fitur, masih ditemukan sejumlah keluhan dari nasabah. Beberapa di antaranya meliputi keterlambatan proses transaksi, kesulitan login, hingga terbatasnya fitur personalisasi. Permasalahan tersebut menandakan bahwa BSI masih perlu meningkatkan kualitas layanan digitalnya agar sesuai dengan ekspektasi nasabah. Dengan semakin ketatnya persaingan, kegagalan dalam meningkatkan kualitas layanan digital dapat berdampak negatif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Khusus di wilayah Bekasi Selatan, tingkat adopsi layanan digital banking cukup tinggi seiring dengan karakteristik masyarakat perkotaan yang aktif secara digital. Namun, berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti, sebagian nasabah BSI KCP Bekasi Selatan masih menghadapi kendala dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Kendala tersebut antara lain berupa gangguan sistem, transaksi yang gagal, serta minimnya edukasi terkait fitur-fitur aplikasi. Kondisi ini menyebabkan sebagian nasabah merasa kurang puas dengan layanan yang mereka terima. Jika dibiarkan, permasalahan ini dapat berakibat pada menurunnya loyalitas nasabah dan potensi migrasi ke bank lain.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital banking menjadi isu strategis bagi pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Bekasi Selatan. Dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL dalam konteks digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi BSI dalam meningkatkan kualitas layanannya. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik berupa kebaruan kajian mengenai hubungan kualitas layanan digital dengan kepuasan nasabah perbankan syariah di era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif, karena bertujuan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui analisis statistik. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan yang menggunakan layanan digital BSI Mobile. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria nasabah aktif menggunakan aplikasi BSI Mobile minimal 6 bulan terakhir, sehingga dipilih 120 responden sebagai sampel penelitian. Variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan digital banking yang diadaptasi dari model SERVQUAL, terdiri dari lima dimensi: tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Variabel dependen adalah kepuasan nasabah yang diukur dari persepsi responden mengenai kesesuaian harapan dengan pengalaman layanan digital yang diterima. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” (1) hingga “sangat setuju” (5).

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS melalui tahapan uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson, di mana suatu item dinyatakan valid apabila nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ($n = 120$, $\alpha = 0,05 \rightarrow r\text{-tabel} = 0,179$). Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan standar $\geq 0,70$ agar kuesioner dinyatakan konsisten. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t untuk mengukur pengaruh parsial setiap variabel independen terhadap kepuasan nasabah, dengan kriteria $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($n = 120$, $df = 114$, $\alpha = 0,05 \rightarrow t\text{-tabel} \approx 1,98$). Sedangkan pengaruh simultan diuji dengan uji F , di mana hasil signifikan ditentukan jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ ($df_1 = 5$, $df_2 = 114$, $\alpha = 0,05 \rightarrow F\text{-tabel} \approx 2,29$). Besarnya kontribusi variabel independen terhadap

kepuasan nasabah diketahui melalui koefisien determinasi (R^2), dengan interpretasi semakin mendekati 1 berarti semakin besar variasi kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh kualitas layanan digital banking.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

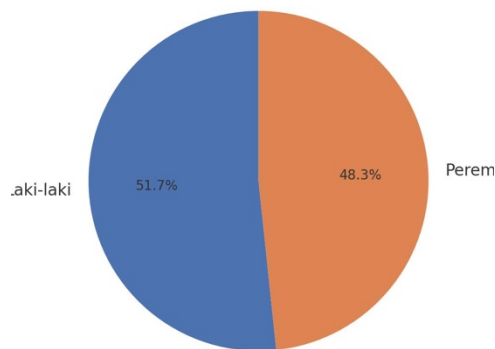
Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 120 responden yang merupakan nasabah aktif Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan pengguna aplikasi BSI Mobile minimal enam bulan terakhir. Profil responden digambarkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Laki-laki	62	51,7
Perempuan	58	48,3
Total	120	100

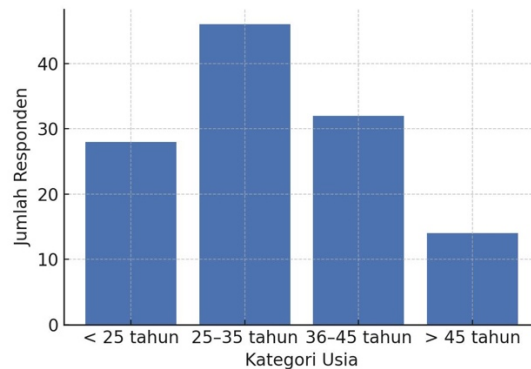


Gambar 1. Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
< 25 tahun	28	23,3
25–35 tahun	46	38,3
36–45 tahun	32	26,7
> 45 tahun	14	11,7
Total	120	100

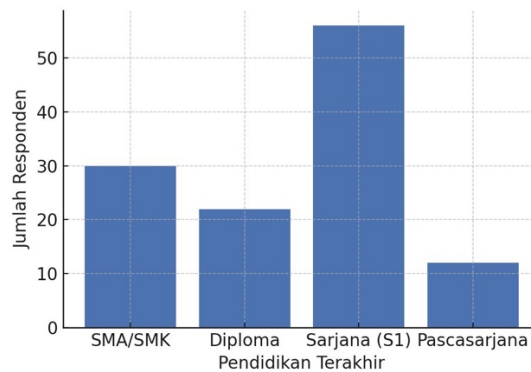


Gambar 2. Diagram Batang Usia Responden

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (n)	Persentase (%)
SMA/SMK	30	25,0
Diploma	22	18,3
Sarjana (S1)	56	46,7
Pascasarjana (S2/S3)	12	10,0
Total	120	100



Gambar 3. Diagram Batang Pendidikan Terakhir Responden

Analisis Statistik / Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian ini terdiri atas 22 item pertanyaan yang disusun berdasarkan dimensi SERVQUAL (tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy). Untuk memastikan instrumen layak digunakan, dilakukan uji validitas menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan jumlah responden ($n = 120$) dan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujian adalah apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel ($0,179$), maka item dianggap valid.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel, dengan rentang nilai antara $0,41$ hingga

0,64. Hal ini berarti setiap item pertanyaan memiliki korelasi positif dan signifikan dengan skor total konstruk yang diukur. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa seluruh item pertanyaan mampu mengukur aspek yang dimaksud dan memenuhi syarat validitas. Validitas yang baik memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan konsep kualitas layanan digital banking serta kepuasan nasabah yang menjadi fokus penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Keterangan
Kualitas Layanan Digital Banking	0.891	0.70	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu diuji asumsi klasik agar model regresi memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test. Kriteria pengujian adalah apabila nilai Asymp. Sig. (p-value) > 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Statistik Uji	Nilai
Kolmogorov-Smirnov Z	0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200
Kesimpulan	Data berdistribusi normal

Nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,071 dengan signifikansi 0,200 (> 0,05) menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi tinggi antarvariabel independen. Kriteria pengujian adalah apabila Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

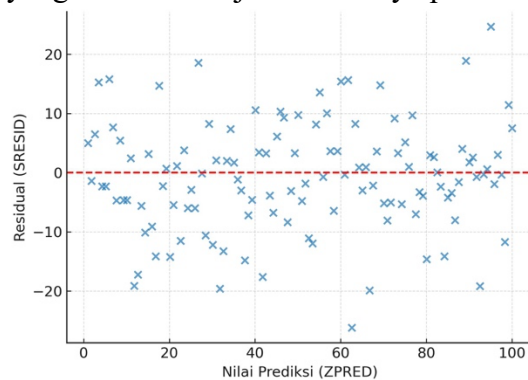
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Tangible Digital Interface	0.742	1.348	Tidak ada multikolinearitas
Reliability	0.681	1.468	Tidak ada multikolinearitas
Responsiveness	0.694	1.440	Tidak ada multikolinearitas
Assurance	0.725	1.379	Tidak ada multikolinearitas
Empathy	0.758	1.319	Tidak ada multikolinearitas

Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola pada scatter plot residual antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Model regresi yang baik adalah yang tidak menunjukkan adanya pola tertentu (random).



Gambar 4. Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Hasil scatter plot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial dari dimensi kualitas layanan digital banking (SERVQUAL) terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS ditampilkan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.	Keterangan
Tangible Digital Interface	0,07777778	2.014	0.046	Signifikan
Reliability	0,22569444	5.822	0.000	Sangat Signifikan
Responsiveness	0,20694444	4.972	0.000	Sangat Signifikan
Assurance	0,10277778	2.421	0.017	Signifikan
Empathy	0,07291667	2.005	0.048	Signifikan

$R^2 = 0.68$

**68%
variasi
dijelaskan**

Berdasarkan hasil pada Tabel 2, seluruh variabel independen menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi Reliability memiliki koefisien β tertinggi (0,325) dengan tingkat signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah. Disusul oleh Responsiveness ($\beta = 0,298$; sig. 0,000) yang juga sangat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan sistem dan kecepatan layanan digital merupakan aspek utama yang diprioritaskan oleh nasabah BSI Mobile.

Selain itu, variabel Tangible Digital Interface, Assurance, dan Empathy juga memberikan kontribusi signifikan meskipun dengan koefisien yang lebih rendah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,68 menunjukkan bahwa 68% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh dimensi SERVQUAL, sedangkan sisanya 32% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan cukup baik untuk menjelaskan hubungan antara kualitas layanan digital banking dengan kepuasan nasabah.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL, yaitu tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan digital banking merupakan faktor strategis dalam mempertahankan loyalitas nasabah di era digital. Keandalan sistem (reliability) dan kecepatan layanan (responsiveness) menjadi faktor paling dominan, yang menandakan bahwa nasabah lebih menekankan stabilitas sistem dan responsivitas aplikasi dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Rahman & Haryanto (2022) yang menyatakan bahwa reliability merupakan faktor paling menentukan dalam kepuasan nasabah perbankan syariah. Dalam penelitian mereka, keandalan layanan transaksi syariah berperan dalam membangun kepercayaan nasabah secara jangka panjang. Hasil penelitian ini juga mengonfirmasi pentingnya aspek kecepatan layanan digital sebagaimana diungkapkan oleh Subhan & Suryani (2023) yang menemukan bahwa responsiveness dalam layanan digital bank konvensional sangat memengaruhi pengalaman pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus pada konteks digital banking syariah, yang masih relatif baru dikaji.

Selain itu, dimensi tangible digital interface dalam penelitian ini juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan antarmuka aplikasi BSI Mobile dan kemudahan navigasi menjadi perhatian penting bagi nasabah. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Prasetyo & Hidayat (2023) yang menekankan pentingnya aspek teknologi dalam memperkuat pengalaman digital nasabah, meskipun

penelitian mereka lebih menekankan pada bank konvensional. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kebaruan dengan menambahkan perspektif syariah dalam konteks digital interface.

Dimensi assurance dan empathy, meskipun memiliki koefisien yang lebih rendah dibandingkan reliability dan responsiveness, tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah. Assurance dalam bentuk keamanan data serta kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, dan empathy berupa perhatian bank terhadap kebutuhan nasabah, menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun nasabah menekankan aspek teknis seperti kecepatan dan keandalan, dimensi humanis tetap relevan dalam menciptakan kepuasan menyeluruh.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendukung temuan penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi akademik berupa kebaruan pada kajian kualitas layanan digital banking syariah. Kebaruan tersebut terletak pada analisis yang mengintegrasikan dimensi SERVQUAL dengan konteks pengalaman digital nasabah syariah. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi manajemen BSI untuk meningkatkan kualitas layanan digital melalui penguatan reliability dan responsiveness, tanpa mengabaikan aspek tampilan digital, keamanan, dan empati kepada nasabah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan digital banking (tangible digital interface, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bekasi Selatan. Dimensi reliability dan responsiveness terbukti sebagai faktor dominan yang memengaruhi kepuasan, menunjukkan bahwa keandalan sistem dan kecepatan layanan digital merupakan aspek utama yang diperhatikan nasabah. Dengan nilai determinasi (R^2) sebesar 0,68, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan digital banking memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan nasabah, sehingga penguatan pada dimensi SERVQUAL menjadi strategi penting bagi perbankan syariah untuk menjaga loyalitas dan meningkatkan daya saing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, I., Nasution, A. M., Kurniawan, F., & Lubis, R. H. (2022). Fintech opportunities and challenges in the Sharia banking industry in pandemic times. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 10(2), 143–157.
- Andrealin, M. G. (2022). Analisis Blue Ocean Strategic Management Pada PT. Bank Jago. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 16750–16768.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen pemasaran jasa: strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.

- Cahyadi, N., & ST, S. (2022). *BISNIS DIGITAL: Sebuah Peluang di Era Digital*. Penerbit Adab.
- Darmalaksana, W. (2022). *Filsafat dan Politik Hukum Islam Perbankan Syariah*. Sentra Publikasi Indonesia.
- Djuardi, D. K., & Subagja, G. (2021a). *PENGARUH E-SERVQUAL, FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN ONLINE PADA MASA COVID-19*.
- Djuardi, D. K., & Subagja, G. (2021b). *PENGARUH E-SERVQUAL, FAKTOR SITUASIONAL TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN ONLINE PADA MASA COVID-19*.
- Dz, A. S. (2018). Inklusi keuangan perbankan syariah berbasis digital-banking: Optimalisasi dan tantangan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 63–80.
- Elyta, R., & Mutia, R. (2020). *Kecil-Kecil Jago Finansial: Mendidikan Generasi Cerdas Finansial Sejak Dini*. Laksana.
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- ILMINA, S. (2022). *Analisis Strategi Layanan Digitalisasi Dalam Pengembangan Layanan Pada Bmt Beringharjo Yogyakarta Periode 2021-2022*.
- Lumpkin, S., & Schich, S. (2020). Banks, digital banking initiatives and the financial safety net: theory and analytical framework. *Journal of Economic Science Research*, 3(1).
- Maulidya, G. P., & Afifah, N. (2021). Perbankan dalam era baru digital: menuju bank 4. 0. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 282.
- Ngamal, Y., & Perajaka, M. A. (2022). Penerapan model manajemen risiko teknologi digital di lembaga perbankan berkaca pada cetak biru transformasi digital perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 3(1), 59–74.
- Noriko, N., Hadiansyah, A., Alaik, I., Hidayat, M. F. Y., & Lubis, A. H. (2020). Konsep, Strategi dan Program Pembinaan Kepemimpinan Mahasiswa Universitas Al Azhar Indonesia (UAI) di Era New Normal dan Pasca Covid 19. *WEBINAR ILMIAH MASJID II*, 43.
- Priyadarshini, K. V. L., Nath, A., Saha, U., Saha, S., Chakravarty, G., & Mukherjee, D. (2022). Pre and post changes of AI, IOT & cloud

computing in financial services and banking sector during pandemic COVID-19. *International Journal of Health Sciences, I*, 11559–11574.

- Rahmat, T., & Resmiati, E. N. (2021). Servqual dan Customer Satisfaction Index (CSI): Mengukur tingkat usabilitas e-learning pada pembelajaran daring masa adaptasi kebiasaan baru (AKB) pandemi COVID-19 di Universitas Al-Ghifari. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(5), 1904–1916.
- Rasyad, F. H. S., Kurnia, R., Febriani, Y., & Putra, R. Y. (2022a). Akselerasi Transformasi Digital PT BPR Andalas Baruh Bukit: Peluang, Tantangan Dan Strategi. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 7(2), 60–76.
- Setiyono, W. P., & Prapanca, D. (2021). Buku Ajar Financial Technology. *Umsida Press*, 1–195.
- Suharbi, M. A., & Margono, H. (2022). Kebutuhan transformasi bank digital Indonesia di era revolusi industri 4.0. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4749–4759.
- Umayyah, S. (2022a). Dalam pusaran dompet digital: Praktik konsumsi dompet digital di kalangan kaum muda kontemporer. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(2), 281–298.
- Widyanti, R. N., Pabbajah, M., & Darwis, M. (2022). Online Marketing sebagai Strategi Kualitas Layanan pada Perbankan Syariah. *Al-Buhuts*, 18(2), 658–672.