

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi

ANALISIS EFEKTIVITAS APLIKASI *DIGITAL BANKING* BYOND BY BSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KABUPATEN PEKALONGAN

Pradipta Febiyanto¹, M. Shofiyuddin²

¹Tuliskan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pekalongan
pradiptafebi@gmail.com¹

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 2 March 2025

Received in revised form: 7 May 2025

Accepted: 22 May 2025

Available online: 8 September 2025

Keywords: Customer Satisfaction, Digital application, Service Quality

The purpose of this study is to evaluate how well the Byond by BSI digital application affects Pekalongan Regency customers' satisfaction. Efficiency, realibility, fulfillment, privacy, responsiveness, remuneration, and contract are the independent variables that were used in this study. The happiness of customers is the dependent variable. Customers who have utilized the Byond by BSI digital banking application at Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Ambokembang make up the study's population. The Slovin formula is used in this study's sample, which consists of 90 clients with a 10% error rate. Multiple regression analysis is one method for looking at how independent and dependent variables relate to one another. Multiple regression analysis is one method for looking at how independent and dependent variables relate to one another. This survey indicates that BSI digital banking apps greatly increase customer satisfaction in the following areas: contact, efficiency, dependability, fulfillment, data protection, responsiveness, and compensation.

PENDAHULUAN

Saat ini, hampir setiap aktivitas manusia tidak bisa dilepaskan dari teknologi seiring dunia memasuki era digital (Afifah, 2017). Sektor perbankan merupakan salah satu sektor yang mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Dengan mengembangkan layanan seluler atau yang biasa dikenal dengan *mobile banking*, bank berinovasi untuk membuat proses transaksi nasabah lebih efisien dan memungkinkan nasabah bertransaksi tanpa harus mengunjungi bank (Novitasari et al., 2017). Pelanggan cukup mengakses rekeningnya, mengirim uang, membayar tagihan, dan bahkan mengelola asetnya secara *online* melalui layanan berbasis seluler. Berkat kemudahan ini, transaksi nasabah menjadi lebih cepat, aman, dan efektif, sehingga perbankan lebih mudah diakses dan meningkatkan kenyamanan nasabah.

Berdasarkan Bank Indonesia (2024), pada bulan April 2024, nilai nominal transaksi perbankan digital meningkat sebesar Rp5.340,92 triliun atau meningkat 19,08% (*year on year*), namun nilai nominal pembayaran kartu ATM mengalami penurunan sebesar 12,49% (*year on year*) atau sebesar Rp619,19 triliun. Berdasarkan statistik ini, terdapat banyak potensi yang menjanjikan dalam digitalisasi perbankan. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, tren ini akan semakin meningkat. Perbankan digital berpotensi menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan perbankannya

seiring dengan semakin banyaknya nasabah yang bersedia melakukan transaksi keuangan melalui perangkat seluler.

Bank Syariah Indonesia menghadapi persaingan ketat dari bank-bank tradisional yang sudah lebih dulu mengadopsi perbankan digital dalam jumlah besar. Bank-bank tersebut antara lain Bank Mandiri yang memiliki aplikasi perbankan digital Livin, Bank Negara Indonesia (BNI) yang memiliki aplikasi perbankan digital Wondr, dan Bank Central Asia (BCA) yang memiliki aplikasi BCA Mobile. Karena kepuasan nasabah merupakan metrik penting untuk mengevaluasi keberhasilan transformasi digital dan menunjukkan seberapa baik layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, Bank Syariah Indonesia harus memahami seberapa besar layanan digitalisasi meningkatkan kepuasan nasabah selama kompetisi ini (Mustaghfiroh et al., 2024). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besar dampak aplikasi digital Byond oleh BSI terhadap kepuasan pelanggan Kabupaten Pekalongan. Kabupaten Pekalongan, salah satu kota berkembang di Indonesia, dipilih karena merupakan kota santri yang berpenduduk Islam. Dengan dilakukannya penelitian ini semoga dapat membantu secara positif perkembangan aplikasi digital perbankan syariah di Indonesia, khususnya aplikasi digital Byond by BSI.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Kepuasan Nasabah

Kata Latin "*satis*" (cukup baik atau sesuai) dan "*facio*" (membuat atau menciptakan) adalah asal kata "kepuasan". Ketika pelanggan membandingkan harapan mereka dengan kinerja aktual suatu produk atau layanan, mereka bisa merasa puas atau kecewa (Kotler et al., 2021). Setiap bisnis mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya karena, selain meningkatkan daya saing, kebahagiaan pelanggan juga sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kepuasan pelanggan meningkatkan kemungkinan pelanggan akan membeli kembali barang dan jasa. Harapan pelanggan dan kualitas layanan aktual yang dirasakan konsumen yang merupakan tujuan perusahaan dibandingkan untuk menentukan kebahagiaan dan ketidakpuasan pelanggan (Laksana, 2008)

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan, menurut Tjiptono (2001) adalah keadaan dinamis yang mempengaruhi individu, proses, lingkungan, barang dan layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan pengguna. Untuk melakukan studi tentang kualitas layanan, (Parasuraman et al., 2005) menciptakan skala E-Servqual dengan tujuh dimensi dan membaginya menjadi dua skala: E-SQual dan E-Recs-qual. Teknik E-Squal dan E-Recs-qual cocok dan dapat diandalkan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan tertentu dalam kaitannya dengan penilaian kualitas layanan. E-Squal terdiri dari:

1. Efisiensi (kecepatan dan kemudahan)

Karena kenyamanan dan penghematan waktu biasanya disebut-sebut sebagai pendorong utama transaksi online, efisiensi sangat penting bagi bisnis online (Ranganathan, 2002). Variabel efisiensi berkaitan dengan seberapa mudah pelanggan menemukan produk yang diinginkan, mencari informasi terkait, dan kemudian keluar dari situs web.

2. Keandalan

Keandalan, menurut (Lovelock, 2010), adalah kapasitas bisnis untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan teratur. Kemampuan untuk menawarkan informasi, mengisinya secara akurat, merespons dengan cepat dan tepat, serta melindungi informasi pribadi merupakan faktor-faktor yang digunakan untuk mengevaluasi keandalan.

3. Pemenuhan

Bank menjanjikan informasi kepada kliennya, ketersediaan fitur, dan kemampuan untuk menyelesaikan transaksi yang menghasilkan kepuasan dan kekecewaan. Ini dikenal sebagai pemenuhan.

4. Keamanan atau Privasi

Risiko penggunaan informasi dan korupsi data sangat merugikan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan.

Sebaliknya, *E-Recs-Qual* terdiri dari:

1. Daya Tanggap

Daya tanggap berarti bahwa perusahaan dapat memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan segera setelah ada masalah yang muncul dan tahu cara menyelesaikannya. Menanggapi dan menyelesaikan masalah dengan cepat akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan yang disebutkan di atas.

2. Kompensasi

Jika terjadi kesalahan dan malfungsi sistem, bisnis akan memberikan kompensasi kepada kliennya.

3. Kontak (layanan telepon)

Ketika konsumen mencari informasi tentang barang dan jasa, kontak atau pusat panggilan memfasilitasi komunikasi sederhana antara mereka dan bisnis. Tobagus (2018) menegaskan bahwa kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh sentuhan.

Berdasarkan teori tersebut maka hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tingkat efisiensi yang ditawarkan oleh aplikasi digital Byond by BSI yaitu memudahkan dan mempercepat transaksi pelanggan karena tidak perlu datang ke kantor cabang BSI terdekat serta memudahkan pelanggan dalam melakukan pengaduan, keluhan dan menerima segala informasi terbaru dari Bank BSI, sehingga efisiensi dari kualitas pelayanan akan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan.

H1 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI dipengaruhi positif secara signifikan oleh efisiensi.

Keandalan menunjukkan sejauh mana system teknologi yang diterapkan didalam aplikasi digital Byond by BSI dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini berkaitan dengan fungsi dan tombol yang harus beroperasi semestinya. Jika fungsi dan tombol tidak berjalan semestinya maka akan menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 2005). Tingkat keandalan yang ditawarkan oleh aplikasi digital Byond by BSI yaitu sistem yang aman dan tersedia 24 jam.

H2 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI dipengaruhi positif secara signifikan oleh keandalan.

Menurut Supriyantini et al., (2014) faktor terpenting dari penilaian kepuasan yaitu penyedia layanan yaitu pemenuhan janji layanan. Adapun pemenuhan yang dijanjikan oleh aplikasi digital Byond by BSI yaitu memudahkan para pelanggan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cepat kapanpun dan dimanapun.

H3 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI dipengaruhi positif secara signifikan oleh pemenuhan.

Privasi menunjukkan sejauh mana aplikasi dapat melindungi keamanan data pelanggan. Penting untuk menjaga informasi yang diberikan oleh pelanggan dengan baik agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Jika mampu menjaga keamanan data pelanggan maka pelanggan akan merasa nyaman dan puas. Oleh sebab itu, privasi sangat penting dalam pencapaian kepuasan pelanggan. Adapun tingkat privasi yang ditawarkan oleh aplikasi digital Byond by BSI yaitu mampu menjaga data pelanggan, serta identitas pribadi pelanggan saat melakukan transaksi melalui aplikasi digital Byond by BSI, sehingga pelanggan merasa nyaman saat melakukan transaksi.

H4 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh privasi.

Menurut Zeithaml (2002), daya tanggap adalah kesiapan untuk menawarkan layanan dan membantu pelanggan. Perusahaan harus bersiap untuk keadaan apapun yang mungkin timbul dalam layanan yang mereka berikan. Selain itu, terdapat pencegahan atau penanganan yang dapat dilakukan atau diberikan untuk membantu pelanggan. Dengan begitu mereka akan merasa terlayani dengan baik, sehingga semakin tinggi daya tanggap dalam melayani pelanggan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

H5 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI meningkat secara signifikan melalui daya tanggap.

Kompensasi dapat diartikan seberapa jauh aplikasi dalam memberikan ganti rugi jika pelanggan mengalami kendala dalam bertransaksi. Aplikasi Byond by BSI memberikan kompensasi atau solusi yang cepat dan akurat jika terjadi permasalahan pada saat bertransaksi dengan waktu penyelesaian maksimal 5 hari kerja, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

H6 : Kepuasan pelanggan terhadap aplikasi digital Byond by BSI dipengaruhi positif signifikan oleh kompensasi.

Jika terjadi kendala atau permasalahan dalam penggunaan aplikasi digital Byond by BSI, pelanggan dapat menghubungi Call Center 14040 yang tersedia 24 jam.

H7 : Saat menggunakan aplikasi digital Byond by BSI, kontak secara signifikan meningkatkan kepuasan.

Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam pendekatan penelitian ini. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Ambokembang di Kabupaten Pekalongan diberikan kuesioner dengan skala likert sebagai metode pengumpulan data. Kabupaten Pekalongan, salah satu kota berkembang di Indonesia, dipilih karena merupakan kota santri yang berpenduduk Islam.

Populasi penelitian ini terdiri dari 873 nasabah per 10 Desember 2024 yang telah menggunakan aplikasi digital Byond yang dikembangkan BSI di KCP Pekalongan Ambokembang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan ambang batas kesalahan 10% sehingga didapatkan sampel yang berjumlah 90 nasabah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel probabilitas (*probability sampling*) dikombinasikan dengan kesederhaan pengambilan sampel (*simple random*

sampling). Melakukan pengabaian strata populasi dan memberikan kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Metode regresi linier berganda digunakan dalam melakukan analisa guna mengukur hubungan antara variabel kepuasan layanan (efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak) dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ukuran kelayakan atau efektivitas kuesioner disebut validitas. Menurut Ghazali (2011), kuesioner layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian jika setiap item mempunyai tingkat validitas yang tinggi. Metodologi korelasi item yang dikoreksi adalah salah satu dari berbagai metode untuk menilai validitas kuesioner. Kerangka pengambilan keputusan uji validitas didasarkan pada kriteria: a) nilai angka r lebih besar dari tabel, ini berarti bahwa elemen pertanyaan dianggap sesuai. b) Jika nilai angka r lebih kecil dari tabel produk, ini berarti bahwa kuesioner dianggap tidak sesuai.

Tabel 1. Uji Validitas

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	90	100.0

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 2. Uji Validitas Corrected Item-Total Correlation

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Efisiensi	87.02	41.887	0.700	0.798
Keandalan	68.67	25.461	0.787	0.821
Pemenuhan	87.39	43.162	0.535	0.820
Privasi	87.39	42.510	0.575	0.814
Daya Tanggap	91.76	46.501	0.635	0.817
Kompensasi	91.77	45.889	0.630	0.815
Kontak	91.68	44.985	0.749	0.805

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Nilai df (derajat kebebasan) menjadi dasar nilai r tabel product moment dalam pendistribusian nilai statistik r tabel. Karena rumus df adalah $n-2$, maka nilai df penelitian adalah $df = 90-2 = 88$. Berdasarkan r 0,05 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel df

No	Variabel	r hitung	r tabel	Kriteria
1	Efisiensi	0,700	0,1745	Valid
2	Keandalan	0,787	0,1745	Valid
3	Pemenuhan	0,535	0,1745	Valid
4	Privasi	0,575	0,1745	Valid
5	Daya Tanggap	0,635	0,1745	Valid
6	Kompensasi	0,630	0,1745	Valid
7	Kontak	0,749	0,1745	Valid

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Uji Realibilitas

Menurut Sujarweni (2014), item pertanyaan suatu kuesioner penelitian atau seluruh itemnya dapat menjalani pengujian reliabilitas bersama. Pengambilan keputusan pengujian reliabilitas didasarkan pada kuesioner dianggap kredibel atau dapat diandalkan jika Cronbach's Alpha >

0,60. Kuesioner dianggap tidak dapat dipercaya atau tidak konsisten jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.835	7

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel utama, atau semua pernyataan kuesioner adalah kredibel atau koheren, sebab nilai alfa Cronbach sekitar 0,835.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas menentukan apakah model regresi terdistribusi secara teratur dan apakah variabel sisa atau perancu. Pengujian statistik tanpa parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan dalam penelitian ini. Data dianggap terdistribusi secara teratur jika tingkat signifikansi > 0,05. Hipotesis diberikan untuk melakukan uji K-S: jika H_0 : Sebaran data sisa normal, atau H_a : Tidak ada sebaran data sisa yang normal.

Tabel 5. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{ab}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0.38991400
	Absolute	0.109
Most Extreme Differences	Positive	0.081
	Negative	-0.109
Kolmogorov-Smirnov Z		1.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.232

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Profitabilitas yang cukup besar sebesar 23,2% disertai dengan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,038. Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan dalam penelitian ini karena menunjukkan bahwa H_0 diterima, yang berarti sisa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi tradisional.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.527	0.551		-0.957	0.341		
1 Efisiensi	0.134	0.061	0.133	2.199	0.031	0.275	3.630
Keandalan	0.081	0.040	0.167	2.026	0.046	0.149	6.727
Pemenuhan	0.152	0.054	0.157	2.810	0.006	0.324	3.089
Privasi	0.142	0.065	0.132	2.189	0.031	0.278	3.601
Daya Tanggap	0.230	0.107	0.152	2.145	0.035	0.200	4.995
Kompensasi	0.175	0.077	0.154	2.265	0.026	0.217	4.605
Kontak	0.250	0.111	0.174	2.258	0.027	0.169	5.917

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Nilai hasil perhitungan toleransi dapat dilihat sesuai tabel 6 yang menunjukkan bahwa tidak ada variabel toleransi independen $< 0,1$. Ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara variabel independen. Selain itu, tidak ada multikolinearitas, karena hasil perhitungan VIF menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF > 10 . Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat menggunakan temuan ini.

Uji Heteroskedastisitas

Test ini untuk mengetahui apakah residu dari satu observasi berbeda dari observasi lain dalam model regresi. Homoskedastisitas berarti bahwa varians sisa antar pengamatan tidak berubah, sedangkan heteroskedastisitas berarti bahwa varians sisa tetap. Jika tidak ada heteroskedastisitas, model regresi dianggap baik Ghozali (2011).

Uji Park digunakan dalam penelitian ini guna menentukan ada atau tidak perbedaan residu dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Dalam mengambil keputusan, homoskedastisitas terjadi ketika nilai signifikan profitabilitas $> 0,05$, dan heteroskedastisitas terjadi ketika secara signifikan profitabilitas $< 0,05$.

Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	40.254	52.913		0.761	0.449
1 Efisiensi	9.204	5.854	0.313	1.572	0.120
Keandalan	-5.136	3.831	-0.364	-1.341	0.184
Pemenuhan	6.922	5.214	0.244	1.327	0.188
Privasi	1.418	6.235	0.045	0.227	0.821
Daya Tanggap	5.542	10.294	0.126	0.538	0.592
Kompensasi	-5.708	7.409	-0.173	-0.770	0.443
Kontak	-10.049	10.646	-0.240	-0.944	0.348

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Nilai logaritma natural kuadrat residual pada persamaan 1 (Abs_Res1) merupakan variabel terikat, dan berdasarkan uji heteroskedastisitas, tidak ada faktor independen yang memiliki pengaruh statistik yang signifikan. Signifikansi profitabilitas di atas tingkat kepercayaan 0,05 menjukkannya. Jadi bisa dikatakan bahwa tidak ada heterogenitas dalam model regresi.

Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan tes regresi linier untuk mengetahui berapa banyak variabel bebas dan bagaimana variabel bebas berhubungan satu sama lain.

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.527	0.551		0.957	0.341
1 Efisiensi	0.134	0.061	0.133	2.199	0.031
Keandalan	0.081	0.040	0.167	2.026	0.046

Pemenuhan	0.152	0.054	0.157	2.810	0.006
Privasi	0.142	0.065	0.132	2.189	0.031
Daya Tanggap	0.230	0.107	0.152	2.145	0.035
Kompensasi	0.175	0.077	0.154	2.265	0.026
Kontak	0.250	0.111	0.174	2.258	0.027

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Sesuai tabel 8, nilai X merupakan regresi dan diperkirakan sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan adalah 0,527 karena nilai konstan (β_0) 0,527 yang berarti efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak semuanya bernilai konstan atau 0.
2. Dengan nilai β_1 sebesar 0,134 maka variabel efisiensi (X1) memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan (Y).
3. Dengan nilai β_2 sebesar 0,081 maka variabel keandalan (X2) memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan (Y).
4. Dengan nilai β_2 0,152 maka variabel pemenuhan (X3) mempunyai pengaruh positif pada kepuasan pelanggan (Y).
5. Dengan nilai β_2 sebesar 0,142 maka variabel privasi (X4) mempunyai pengaruh positif pada kepuasan konsumen (Y).
6. Dengan nilai β_2 0,230 maka variabel daya tanggap (X5) memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).
7. Dengan nilai β_2 0,175 maka variabel kompensasi (X6) memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).
8. Dengan nilai β_2 0,250 maka variabel kontak (X7) memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Jika probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05, variabel independen dianggap signifikan (Ghozali, 2011). Uji statistik t digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi variabel independen untuk menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Hasil berikut dicapai dari tes ini:

Tabel 9. Hasil Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.258	7	21.465	130.085	0.000 ^b
	Residual	13.531	82	0.165		
	Total	163.789	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kontak, Efisiensi, Pemenuhan, Privasi, Daya Tanggap, Kompensasi, Keandalan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Dengan probabilitas 0,000, Tabel 9 menampilkan nilai F terhitung sebesar 130,085. Kepuasan pelanggan dapat diprediksi dengan menggunakan model regresi pada nilai probabilitasnya < 0,05. Jadi, kombinasi kontrak, efisiensi, daya tanggap, privasi, pemenuhan, kompensasi dan keandalan mempengaruhi kepuasan pengguna.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Untuk menampilkan tingkat pengaruh setiap variabel independen pada fluktuasi variabel dependen, maka diperlukan uji statistik t Ghazali (2011). Untuk menentukan suatu hipotesis ditolak jika tingkat signifikansi > dari 0,05, dan diterima jika tingkat signifikansi < 0,05.

Tabel 10. Hasil Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.527	0.551		-0.957	0.341
Efisiensi	0.134	0.061	0.133	2.199	0.031
Keandalan	0.081	0.040	0.167	2.026	0.046
Pemenuhan	0.152	0.054	0.157	2.810	0.006
Privasi	0.142	0.065	0.132	2.189	0.031
Daya Tanggap	0.230	0.107	0.152	2.145	0.035
Kompensasi	0.175	0.077	0.154	2.265	0.026
Kontak	0.250	0.111	0.174	2.258	0.027

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Efisiensi aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan yang merupakan hipotesis pertama (H1) diuji. Hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,199 yang secara signifikan memiliki 0,031, yang berarti dibawah 0,05, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat dengan signifikan dengan efisiensi aplikasi digital Byond by BSI. Dengan demikian hipotesis “efisiensi meningkatkan kepuasan pelanggan” diterima dalam penelitian ini. Pelanggan merasa puas karena fitur-fitur yang ada pada aplikasi digital Byond by BSI memenuhi harapannya, hal ini dijelaskan oleh adanya hubungan positif antara variabel efisiensi dengan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini mendukung penelitian Alfarizi et al. (2024) yaitu efisiensi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ketika hipotesis kedua (H2)—yaitu, keandalan aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan—diuji, hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,026 yang memiliki signifikansi 0,046, yaitu dibawah 0,05. Hal ini membuktikan kepuasan pelanggan mendapatkan pengaruh secara positif oleh keandalan aplikasi digital Byond by BSI. Jadi, hipotesis yang menyatakan “keandalan meningkatkan kepuasan pelanggan” (H2) dapat diterima dalam penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi digital Byond by BSI berfungsi penuh dan telah memenuhi kebutuhan. Temuan penelitian ini mendukung temuan Trisnawati et al., (2017) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh keandalan.

Hipotesis ketiga (H3) yaitu pemenuhan aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan diuji. Hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,810 memiliki nilai signifikan 0,006 yang < 0,05. Penemuan ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terkena dampak positif dari pemenuhan aplikasi digital Byond by BSI. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan “pemenuhan memiliki arah yang positif pada kepuasan pelanggan” (H3) diterima dalam penelitian ini. Temuan penelitian ini mendukung temuan Tarigan et al. (2023), bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh pemenuhan. Temuan ini juga menunjukkan bahwa aplikasi digital Byond by BSI telah memenuhi kebutuhan pelanggan dan prosedur layanan yang mudah dipahami sehingga menghasilkan pelanggan yang puas.

Sebuah nilai t sebesar 2,189 yang memiliki signifikansi 0,031 ada di bawah 0,05, merupakan hasil pengujian hipotesis keempat (H4) yaitu dampak privasi aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa privasi aplikasi digital Byond by BSI dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, H4 penelitian tersebut—"privasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan"—diterima. Temuan penelitian dapat ditafsirkan bahwa privasi aplikasi digital Byond by BSI memenuhi harapan pengguna. Temuan penelitian ini mendukung penelitian Hayani et al. (2021) yang menemukan bahwa privasi meningkatkan kebahagiaan konsumen.

Ketika hipotesis kelima (H5)—daya tanggap aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan—diuji, hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,145, dengan signifikansi 0,035, yang berarti kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terkena dampak positif dari daya tanggap aplikasi digital Byond by BSI. Sehingga, hipotesis penelitian H5, yang menyatakan bahwa "daya tanggap memiliki dampak yang positif pada kepuasan pelanggan", disetujui. Untuk memastikan kepuasan pengguna dengan aplikasi digital Byond by BSI, aplikasi ini berisi sistem yang bereaksi terhadap kesalahan, termasuk kesalahan input dan instruksi yang diberikan selama penggunaan aplikasi. Temuan penelitian ini mendukung penelitian Kosnan (2019) yang menemukan bahwa kepuasan pasien rawat inap di RSUD Kabupaten Merauke dipengaruhi oleh daya tanggap.

Ketika hipotesis keenam (H6) yaitu, dampak kompensasi aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan—diuji, hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,265 yang memiliki signifikansi 0,026, yang dibawah $< 0,05$, menunjukkan hasil kepuasan pelanggan terkena dampak positif dari kompensasi aplikasi digital Byond by BSI. Dengan demikian, diakui bahwa "kompensasi memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan" (H6) dalam penelitian ini. Temuan ini dapat ditafsirkan sebagai indikasi kepuasan pelanggan karena manfaat atau kompensasi dari fitur aplikasi digital Byond by BSI telah sesuai dengan harapan mereka. Menurut penelitian Whimphie Billyarta et al. (2021) Sejalan dengan hasil penelitian, kompensasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Ketika hipotesis ketujuh (H7)—dampak kontak aplikasi digital Byond by BSI terhadap kepuasan pelanggan—diuji, hasilnya menunjukkan nilai t dengan besar 2,258, yang memiliki signifikansi 0,027, yang dibawah 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terkena dampak positif dari aplikasi kontak digital Byond by BSI. Jadi, hipotesis penelitian H7—bahwa "kontak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan"—diterima. Pelanggan merasa puas karena kontak pada aplikasi Byond by BSI mudah diakses sehingga dapat langsung menghubungi call center jika terjadi kendala. Penelitian ini sesuai temuan Kau et al., (2023), yang menyatakan interaksi memiliki dampak signifikan dan menguntungkan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menentukan seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel independen (Ghozali, 2011), dapat menggunakan uji koefisien determinasi (R^2). Nilai kubik regresi yang diubah dapat digunakan untuk menentukan berapa banyak variabel independen yang menjelaskan variabel dependen. Hasil R^2 dapat dilihat pada tabel 11:

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.958 ^a	0.917	0.910	0.406

a. Predictors: (Constant), Kontak, Efisiensi, Pemenuhan, Privasi, Daya Tanggap, Kompensasi, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data sekunder yang telah diolah, 2024

R square yang disesuaikan adalah 0,910, seperti terlihat pada Tabel 11. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen—efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak—dapat menyumbang 91% variasi dalam kepuasan pelanggan, sedangkan variabel lain menyumbang 9%.

SIMPULAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak aplikasi digital Byond by BSI secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bagaimana kepuasan pelanggan dari usaha Bank Syariah Indonesia dapat dicapai dalam meningkatkan layanan melalui transformasi layanan digital Byond.

Beberapa kekurangan dari penelitian ini adalah, pertama, hanya menggunakan populasi sebanyak 893 pelanggan. Jumlah populasi yang kecil ini dikarenakan aplikasi Byond by BSI baru diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia pada bulan November 2024, sehingga masih belum banyak pengguna aktif aplikasi Byond by BSI. Kedua, penelitian ini hanya dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Pekalongan Ambokembang yang berada di Kabupaten Pekalongan.

Mengingat kendala ini, disarankan agar lebih banyak sampel konsumen digunakan dalam penelitian selanjutnya. Sampel konsumen yang luas diperkirakan akan membantu menjelaskan lebih lanjut konsekuensi efisiensi, keandalan, pemenuhan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kontak aplikasi digital Byond by BSI. Selain itu, diharapkan kami dapat menerapkan prosedur dan alat pengujian yang lebih menyeluruh dan tepat untuk menghasilkan hasil yang lebih andal. Selain itu, Bank Syariah Indonesia harus dapat terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanannya di segala bidang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid kedua. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock, C., Wietz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Jilid 1 Edisi ke 7. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Andi Offset.
- <https://andipublisher.com/produk/detail/strategi-pemasaran-prinsip->

JURNAL

- Afifah, Risma. (2017). *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Alfarizi, F., Rahmawita, M., Muttakin, F., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). *Analisa Kualitas Layanan Marketplace Facebook Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode E-Servqual*. 9(1).
- Hayani, N., Sukri S. (2021). Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7, 20.
- Kau, Y., Abdul, E., Ishak, O., Panigoro, W,. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *JEMAI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(2).
- Kosnan, W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Merauke. *JEBA: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 21, 4.
- Mustagfiroh, F., Sisdianto, E., & Fasa, M. (2024). Analisis Dampak Digitalisasi Layanan Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bandar Lampung. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1, 6.
- Novitasari, C.A., Manggabarani, A.S., & Astuti, M. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 19, 55-66.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Ranganathan, G. & Ganapathy, S. (2002) Key dimensions of business to consumer web sites. *Information & Management*, 39, 457-465. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00112-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00112-4)
- Supriyantini, S. (2014). *Pengaruh Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap Esatisfaction (Survei Pada Nasabah PT. Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Tarigan, E. N., Dedy Agung Prabowo, & Resad Setyadi. (2023). Analisis Perbandingan Webqual dan E-Servqual Terhadap Website PMB ITTP. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 16(2), 14–25. <https://doi.org/10.51903/pixel.v16i2.1239>
- Tobagus, A. (2018). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-SATISFACTION PADA PENGGUNA DI SITUS TOKOPEDIA* (Vol. 6, Issue 1).
- Trisniawati, OM. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Pengguna Mobile Banking Bank Sinarmas Cabang Malang). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 4(2), 174-184. <https://www.emarketer.com>
- Whimphie Billyarta, G., Sudarusman, E., & Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-SERVQUAL) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee di Sleman DIY. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Aktual*, 18(1).
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>