

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK BSI
MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA
(Studi : Kota Tasikmalaya Tahun 2023)**

Dede Aji Mardani¹, Dini Priani²

^{1,2}Prodi Ekonomi Syariah-Institut Agama Islam Tasikmalaya

dedeaji@iaitasik.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk *BSI Mobile* secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian ini menunjukkan Bank Syariah Indonesia (BSI) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah,. Kualitas layanan Mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Kualitas produk mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dikatakan kualitas produk Mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Sehingga kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: mobile banking;BSI: kualitas layanan; kualitas produk

Abstract

This study is to analyze the effect of service quality and product quality of BSI Mobile simultaneously on the quality of service and product quality of BSI Mobile simultaneously on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia in Tasikmalaya City. The method used In this study the authors used a quantitative approach. quantitative approach. Quantitative method is a research method that can be research method that can be interpreted as a research method based on the philosophy of positivism philosophy, used to research on certain populations or samples, data collection using research instruments, data analysis is quantitative with the aim of testing the hypothesis that has been set. The results of this research This research shows that Bank Syariah Indonesia (BSI) has a positive and significant

influence on customer satisfaction. significant influence on customer satisfaction,. Mobile banking service quality Bank Syariah Indonesia (BSI) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Bank Syariah Indonesia customers in Tasikmalaya City. Mobile product quality banking of Bank Syariah Indonesia (BSI) has a positive and significant effect on customer satisfaction. on customer satisfaction. It can be said that the quality of Bank Syariah Indonesia mobile banking products (BSI) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Bank Syariah Indonesia customers in Tasikmalaya City. So that service quality and product quality simultaneously simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia in Tasikmalaya City. Syariah Indonesia in Tasikmalaya City.

Keywords. mobile banking; BSI: service quality; product quality

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini telah membawa perubahan yang besar terhadap sektor bisnis, termasuk di sektor industri perbankan di Indonesia. Hal ini dilihat dari persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan menuntut setiap perusahaan untuk bekerja lebih efektif dan efisien guna menjaga kelangsungan operasional perusahaan. Semakin banyak bank yang beroperasi di Indonesia, semakin ketat pula persaingan perbankan yang mendorong industri perbankan untuk beradaptasi dengan perkembangan sosial dan pola perilaku. Dalam era digital ini, konsumen mengharapkan layanan perbankan yang cepat, aman, dan nyaman. Konsumen menginginkan kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja, di mana saja, dan dengan cara yang paling efisien. Jika industri perbankan tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi ini, maka risiko terjadinya *financial distress* atau krisis keuangan semakin meningkat. Bank yang tidak dapat

menyediakan layanan digital yang memadai, *platform* perbankan yang rentan terhadap serangan siber, atau kurangnya inovasi dalam meningkatkan efisiensi operasional, tentunya akan menurunkan daya saing bank tersebut terhadap bank yang lain. Dalam dunia perbankan tidak hanya bank konvensional yang menggunakan sistem teknologi yang efektif, akan tetapi bank syariah juga telah menggunakannya. Salah satu sistem layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking* (*m-banking*). Layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*.

Tabel 1.1
Perbandingan Keunggulan Layanan dan Produk *Mobile Banking* pada Bank Konvensional dan Bank Syariah

N o	Faktor	Bank Konvensional	Bank Syariah
1	Kepatuhan Syariah	Tidak berlaku	Sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
2	Produk Investasi	Reksadana, Saham, Obligasi dan lain-lain	Pembiayaan syariah, tabungan berbasis syariah dan lain-lain
3	Fitur Sedekah dan Zakat	Tidak umum	Memiliki fitur untuk sedekah dan pembayaran zakat
4	Program Loyaltis dan Reward	Program loyalitas dan reward yang	Program loyalitas dan reward

		beragam	sesuai prinsip syariah
--	--	---------	------------------------

Teori

Menurut Zeitha dan Bitner yang dikutip oleh donni menyatakan bahwa kualitas jasa atau layanan merupakan total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh konsumen. Sedangkan Levelock dan Wirtz menyatakan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Donni Juni Priansa;2021). Menurut Fandy Tjiptono yang dikutip oleh krishna Kualitas Pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Definisi kualitas layanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen, serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut(Wayan Sudarmayasa Krishna Anugra;2020)

Menurut Wyckof yang dikutip oleh krishna kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat keunggulan yang diharapkan, serta tindakan pengendalian keunggulan untuk

memenuhi harapan konsumen. Pada dasarnya, pelayanan adalah persepsi dari konsumen kepada industri penyedia jasa. Sebuah pelayanan baik atau buruk, itu sepenuhnya penilaian dari konsumen yang pernah menggunakan jasa mereka (Wayan Sudarmayasa Krishna Anugra;2020).

Layanan elektronik (*electronic service*) adalah istilah yang sangat generik, biasanya mengacu pada penyediaan layanan melalui internet, sehingga layanan elektronik bisa juga termasuk perdagangan internet, mungkin juga termasuk layanan non-komersial (*online*) yang biasanya disediakan oleh pemerintah (Ratminto, Fidyah Shabrin;2018). Penggunaan peralatan elektronik dalam penyelenggaraan pelayanan memberikan dampak yang sangat luar biasa karena dengan bantuan peralatan elektronik, pelayanan dapat dilakukan dengan cara yang jauh lebih cepat, lebih efisien, dan lebih akurat. Dengan demikian konsumen akan sangat puas. *Electronic service* ini sudah lama diimplementasikan dalam pelayanan perbankan dengan adanya pelayanan *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking* (Ratminto)

Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode

penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, populasinya adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Tasikmalaya pengguna *Mobile banking* BSI dengan jumlah populasi atau nasabah sebanyak 5.600 orang

Teknik yang Penulis gunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik non-probability sampling (tidak seluruh populasi diambil), kategori purposive sampling. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan *mobile banking*. Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Yamane yaitu sebagai berikut :

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

keterangan

n = Jumlah sampel

N = Jumlah anggota dalam suatu Populasi

e = Derajat penyimpangan yang ditoleransi 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka dengan menggunakan

rumus tersebut dapat diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{5.600}{1+5.600(10\%)^2} = 98$$

(dibulatkan menjadi 100)

Berdasarkan perhitungan diatas, peneliti mengambil 100 responden yang merupakan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya pengguna BSI *Mobile*.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat diketahui bahwa koefisien β kualitas layanan bernilai positif sebesar 0,492 dan hasil analisis yang ditunjukkan t_{tabel} untuk variabel kualitas layanan diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,778 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t_{(\alpha/2:n-k-1)}$ $t = (0,025:97)$ sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $4,778 > 1,985$ atau $0,000 < 0,05$ artinya H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada

penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Dari penelitian ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh BSI *Mobile*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsandro Yoga Pranantha yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan BSI *Mobile* (X_1) nilai signifikansinya sebesar 0,001, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan sebesar 0,331 yang menandakan bahwa nilai koefisien positif menandakan ada hubungan searah antara variabel kualitas layanan BSI *Mobile* dengan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh Tatik Suryani yang menyatakan bahwa terwujudnya kepuasan nasabah yaitu ketika

mendapatkan layanan yang sesuai dengan yang diharapkannya. Dalam persaingan yang ketat, kualitas layanan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing. Bank yang memberikan layanan yang bermutu dapat memuaskan nasabahnya.

2. Pengaruh Kualitas Produk *BSI Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dapat diketahui bahwa koefisien β kualitas produk bernilai positif sebesar 0,412 dan hasil analisis yang ditunjukkan t_{tabel} untuk variabel kualitas produk diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,982 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t_{(0,025;n-k-1)}$ $t = (0,025;97)$ sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $3,982 > 1,985$ atau $0,000 < 0,05$ artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan

Mobile banking Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya. Dari penelitian ini menunjukkan semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh BSI Mobile, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husnul Hafiz yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk *Mobile banking* BSI berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar $3,594 > t_{tabel}$ sebesar 1,987.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh kotler dan amstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk *BSI Mobile*

Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia

Pada penelitian ini menjelaskan berdasarkan hasil uji f secara simultan variabel kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini didasarkan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($97,812 > 3,09$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji f secara simultan, kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Tasikmalaya.

Sementara itu untuk nilai R didapatkan nilai sebesar 0,818 yang menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan dan kualitas produk BSI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah tergolong sangat kuat. Kemudian untuk nilai Adjusted R Square didapatkan sebesar 0,662 yang berarti bahwa pengaruh kualitas layanan (X_1) dan kualitas produk BSI Mobile (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 66,2% dan sisanya 33,8% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Hal ini juga diperkuat oleh Etta Mamang Sangadji yang secara umum kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.

Daftar pustaka

Amalia, Putri, and Anna Zakiyah Hastriana, 'Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)', *Islamic Sciences*,

Sumenep, 1 (2022), 70–89

Anam, Khoirul, 'Pengguna Melesat, Transaksi BSI Mobile Diproyeksi Naik 23%', 2023 <<https://www.cnbcindonesia.com/market/20230216162859-17-414430/pengguna-melesat-transaksi->

- Hamdan Firmansyah , Sri Nawatmi, Roby Aulia Zamora, Sufyati HS, Dede Aji Mardani , Wieke Tsanya Fariati, Toto Sukarnoto , Fida Arumingtyas, Endra Winarni, Abdurohim, Asriani Susiati, Gama Pratama , Fidyaa Arie Pratama, Stefani Lily Indarto, Nur Azifah, Jenita, *Teori Dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia* (Cirebon: Insania, 2021)
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istioqmah, Roushandy Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif, Repository.Uinsu.Ac.Id*, 2020
- Indrasari, Meithiana, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019)
- Krishna Anugrah, wayan sudarmayasa, *Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2020)
- Mardani, Dede Aji, 'Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia', 1.1 (2018), 105–20
- Mauludi, Silvie, and Dede Aji Mardani, 'Financial Distress Analysis at Bank Muamalat for 2016-2020', 4.1 (2022), 1–18
- Payadnya, Putu Ade Andre, and Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika., *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018)
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Pranantha, Elsandro Yoga, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman', 2021
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: ALFABETA CV, 2021)
- Ratminto, Fidyaa Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti, .. *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan Dari A Sampai Z* (UGM PRESS, 2018)
- Sarwono, Jonathan, 'Korelasi Oleh Jonathan Sarwono', p. 23 <https://www.academia.edu/7278238/KORELASI_OLEH_JONATHAN_SARWONO>
- Store, Google Play, 'BSI Mobile "Rating Dan Ulasan'

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 23rd edn (Bandung: ALFABETA CV, 2016)
- , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Sujarweni, Wiratna, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami* (Yogyakarta, 2020)
- Sulistiyowati, Wiwik, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Umsida Press, 2018)
- Suliyanto, ‘Uji Asumsi Klasik’ <<https://slideplayer.info/slide/13965450/>>
- Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, 1st edn (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2017)
- Teddy Chandra, Stefani Chandra, Layla Hafni, ., *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis* (Malang: CV IRDH, 2020)
- Tony Sitinjak, Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Holy Iacun Yunarto, ., *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004)
- W, Ronni Arianto, *Be a Moslempreneur : Menjadi Pengusaha Muslim Yang Sukses Dan Berkah* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017)
- Wardhana, Aditya, ‘E-Banking’, October, 2021
- Yusmad, Muammar Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik*, CV Budi Utama (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018)