

Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Indonesia

Sindy Setiawan¹, Azarya Dicky², dan Catharina Aprila Hellyani³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung
Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia, 65151

Korespondensi: Sindy Setiawan (setiawansindy13@gmail.com)

Received: 24 Juli 2024 – *Revised:* 31 Agustus 2024 - *Accepted:* 05 Sept 2024 - *Published:* 10 Sept 2024

Abstrak. Layanan *digital banking* adalah salah satu cara dan inovasi yang dilakukan oleh bank untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Dengan perkembangan pesat industri keuangan, tidak semua orang bisa dengan mudah mengakses layanan keuangan yang mereka butuhkan. Sumber pendapatan bank dapat berasal dari margin bunga, *fee-based income*, dan lain-lain. Kondisi perekonomian yang tidak stabil dan penuh resiko pastinya akan berdampak besar bagi perbankan. Selain itu, perkembangan teknologi yang pesat memicu perubahan bisnis karena inovasi teknologi terus berkembang. Peningkatan layanan perbankan digital menjadi alternatif utama yang bisa dilakukan Perbankan di Indonesia untuk tetap bertahan di Tengah persaingan di industri perbankan. Penerapan layanan perbankan digital seperti *mobile banking*, *QRIS*, *internet banking* menjadi nilai tambah bagi produk perbankan dan menjadi salah satu faktor pendukung terciptanya kepuasan nasabah perbankan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan studi literatur pada beberapa jurnal penelitian dan artikel yang berfokus pada pengaruh perkembangan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah pada perbankan di Indonesia. Penelitian ini memberikan kajian yang mendalam mengenai dampak perkembangan layanan *digital banking* yang banyak berkembang saat ini terhadap terbentuknya kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah terbentuk dari adanya kemampuan perbankan untuk memenuhi kebutuhan dan persepsi nasabah akan layanan dan produk yang ditawarkan.

Kata kunci: *reliability, efficiency, accessibility*

Citation Format: Setiawan, S., Dicky, A., & Hellyani, C.A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Indonesia. *Prosiding SENAM 2024: Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Universitas Ma Chung*. 4, 271-281. Malang: Ma Chung Press.

PENDAHULUAN

Kinerja perbankan di Indonesia dari tahun 2011 hingga 2016 menunjukkan perkembangan positif dalam hal penghimpunan dana dan penyaluran kredit. Namun, hal ini tidak diikuti dengan peningkatan kinerja yang dilihat dari nilai *return on assets (ROA)*. Beberapa jenis bank, seperti bank persero, bank devisa, dan bank non-devisa, mengalami penurunan *ROA*. Pada tahun 2011, bank Persero memiliki 3,60 % *ROA* dan mengalami peningkatan menjadi 3,80 % pada tahun 2012. Namun sejak 2013, *return on assets* mulai menurun yaitu mencapai 3,87 % dan terus menerus mengalami penurunan hingga mencapai

2,77 % pada tahun 2016. Sedangkan untuk jenis bank devisa memiliki *ROA* sebesar 2,46 % pada tahun 2011.

Di Indonesia, definisi perbankan telah mengalami perubahan pada regulasi. UU Nomor 14 tahun 1967 mendefinisikan perbankan sebagai entitas keuangan yang kegiatan utamanya memberikan kredit serta memberikan layanan terkait transaksi pembayaran dan pengedaran uang. Lembaga Keuangan merupakan entitas usaha yang kegiatannya mengumpulkan pembiayaan dari masyarakat. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992, perbankan merupakan entitas usaha yang mengumpulkan dana masyarakat dalam bentuk simpanan untuk selanjutnya diberikan lagi kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.

Tabel 1 Deskripsi Jumlah Bank di Indonesia

Jumlah Bank Umum	Tahun 2023
Bank Perkreditan/Pembiayaan Rakyat - BPR Konvensional	4.645
Bank Perkreditan/Pembiayaan Rakyat - BPR Syariah	520

Sumber: BPS (2024)

Perubahan perilaku masyarakat ke arah digitalisasi telah mendorong perbankan untuk beralih ke perbankan digital. Dari tahun 2017 hingga 2021, transaksi digital dunia meningkat sebesar 118 %, mencapai US\$3,09 juta pada tahun 2017 dan US\$6,75 triliun (pada tahun 2021 menurut data Statistik). Pertumbuhan transaksi digital di Indonesia sangat tinggi, yakni 1.556 % dari tahun 2017 hingga 2020. Transaksi elektronik mencapai Rp, 35 triliun pada tahun 2021, yakni sebesar Rp 281,39 triliun (55,73 %), meningkat hanya Rp 504,96 triliun (55,73 %) dibandingkan tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2021) dan karena banyak alasan, karena Indonesia merupakan negara dengan perekonomian yang memiliki kemampuan kuat dalam menyerap data digital memiliki talenta. Faktor penggerak tersebut dicerminkan dalam tiga faktor kunci, yaitu peluang digital, perilaku digital, dan bisnis digital. Peluang digital tersebut meliputi kapasitas penduduk, perekonomian dan ekonomi digital, potensi internet, serta meningkatnya kapasitas konsumen. Perilaku digital mencakup kepemilikan perangkat seperti ponsel dan menggunakan aplikasi seluler. Transaksi digital meliputi perdagangan daring (*ecommerce*), perdagangan eceran transaksi perbankan dan keuangan.

Banyak bank kini sudah mulai meningkatkan fitur perbankannya. Bukan hanya menawarkan perangkat lunak dan situs web, *digitalisasi* juga diterapkan di cabang-cabang. Banyak bank sekarang yang memiliki perangkat lunak untuk perbankan daring. Selain itu,

percepatan dan penggantian rekening Tabungan dapat dilakukan secara otomatis. Bahkan nasabah yang tidak bisa datang ke cabang pun bisa membuka rekening secara mandiri. Begitu pula dengan kinerja teller yang juga sudah menggunakan mesin khusus dan tidak lagi manual. Peralihan perbankan konvensional ke perbankan digital dapat membuat proses kerja menjadi lebih efisien dan layanan kepada nasabah. Terlebih lagi, saat ini nasabah menginginkan setiap layanan perbankan untuk serba mudah. Selain itu, pasar baru yang muncul dari generasi nasabah yang lebih muda menuntut bank perlu siap melakukan perubahan. Dengan digitalisasi, bank sebenarnya sedang berinvestasi jangka panjang karena digitalisasi bisa menekan biaya per transaksi. Tidak hanya menyediakan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabahnya, Bank juga akan menarik banyak nasabah baru baik di usia produktif maupun relatif muda.

Otoritas Jasa Keuangan dalam Peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 menyebutkan bahwa Layanan Perbankan Digital adalah layanan yang memungkinkan bank untuk menyediakan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi dengan nasabah melalui media elektronik. Layanan ini dirancang dengan memanfaatkan data nasabah secara bijaksana untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*). Selain itu, layanan ini bisa dilakukan sepenuhnya oleh nasabah sendiri namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Dengan demikian, berbagai transaksi dapat dilakukan oleh calon nasabah dan nasabah bank, seperti pendaftaran, pembukaan rekening, transaksi perbankan seperti penarikan tunai, pembayaran, dan transfer, serta penutupan rekening. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi serta melakukan transaksi di luar produk perbankan, seperti mendapatkan nasihat keuangan, berinvestasi, bertransaksi *e-commerce*, dan memenuhi berbagai kebutuhan lainnya (Melis, 2016).

Layanan ini diluncurkan sebagai respons terhadap kemajuan teknologi dan gaya hidup. Di Indonesia, inovasi layanan mandiri melalui media *online* mulai dilakukan oleh bank yang sebelumnya memusatkan layanan secara *offline*. Layanan ini tidak sama dengan *mobile banking* atau *internet banking*. Meskipun nasabah menggunakan salah satu dari kedua layanan tersebut, mereka masih perlu mendatangi kantor bank untuk memverifikasi dokumen atau mengotorisasi transaksi yang melebihi batas nominal yang telah ditetapkan oleh bank.

Kepuasan pelanggan merupakan cara untuk mengukur seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh organisasi dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kepuasan ini dapat diukur dari berbagai aspek, termasuk kualitas produk atau layanan, pelayanan pelanggan, harga yang sesuai dengan produk atau layanan yang diberikan (Nugraha & Noni, 2024). Dengan kata lain, kepuasan pelanggan mencerminkan seberapa puas seseorang dengan apa yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan mencerminkan seberapa puas seseorang dengan apa yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Beberapa cara mengukur kepuasan nasabah yaitu: menggunakan kuesioner, menggunakan *customer satisfaction index (CSI)*, menggunakan survei pelanggan, *net promoter score (NPS)*, *customer satisfaction score (CSAT)*, *customer effort score (CES)*, menggunakan *CRM*.

Singkatnya, kepuasan pelanggan berarti sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka baik berupa barang atau jasa. Semakin baik kualitas produk atau jasa, semakin besar kemungkinan pelanggan akan percaya dan setia pada perusahaan. Maka dari itu, kepuasan pelanggan sangat penting dan menjadi bagian utama dari visi, misi, tujuan, dan strategi perusahaan, sebagaimana dibahas dalam buku "Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi." Kualitas pelayanan dianggap sangat penting karena fasilitas dan respons yang sesuai dengan keinginan nasabah harus dipenuhi (Andriyani & Ardianto, 2020). Dengan layanan perbankan digital, berbagai hal dapat diakses oleh nasabah, seperti pembukaan dan penutupan rekening, komunikasi dengan bank, serta transaksi bank. Selain itu, informasi dan transaksi lain seperti nasihat keuangan, investasi, dan transaksi *e-commerce* juga disediakan. Semua layanan ini dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone* dengan aplikasi perbankan, selama terhubung dengan internet (OJK, 2016).

Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum untuk mendukung optimalisasi digitalisasi perbankan Indonesia telah diterbitkan oleh OJK pada tahun 2018. Disini, layanan perbankan digital didefinisikan sebagai Salah satu cara dan inovasi yang dilakukan oleh bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah. secara elektronik (Masitoh *et al.*, 2023). Layanan ini dioptimalkan dengan memanfaatkan data nasabah untuk memberikan pelayanan yang cepat, mudah, dan sesuai dengan permintaan nasabah. Selain itu, layanan ini dirancang agar dapat digunakan sepenuhnya oleh nasabah sendiri dengan tetap memperhatikan keamanan. Peraturan ini diharapkan dapat membantu bank memaksimalkan penggunaan teknologi guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan beberapa jurnal terdahulu yang telah meneliti variabel layanan *digital banking* dan kepuasan nasabah diketahui bahwa belum banyak penelitian yang melakukan penelitian secara kualitatif secara khusus pada perbankan di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan ulasan yang bermanfaat untuk industri perbankan khususnya dalam perencanaan layanan *digital banking* yang berdampak pada kepuasan nasabah. Melalui penelitian dapat diperoleh pendalaman mengenai faktor faktor dalam layanan digital banking yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Merujuk hal tersebut penulis mengangkat judul “Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Indonesia”.

MASALAH

Implementasi *digital banking* membawa banyak manfaat, termasuk kemudahan akses dan efisiensi, tetapi juga menghadirkan Beragam masalah dan risiko yang bisa berdampak pada tingkat kepuasan nasabah. Berikut beberapa potensi risiko dan masalah yang terkait dengan digital banking dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah: Keamanan dan privasi data risiko memiliki ancaman *cyber* seperti peretasan, *phishing*, dan pencurian identitas merupakan risiko utama dalam digital banking. Data pribadi dan finansial nasabah yang disimpan secara digital rentan terhadap serangan. Selain itu juga, dampak pada kepuasan nasabah terhadap kekhawatiran tentang keamanan data dapat menurunkan kepercayaan nasabah terhadap layanan teknologi keamanan. Gangguan teknis dan *downtime* memiliki risiko terhadap sistem digital banking yang bisa mengalami gangguan teknis atau *downtime* atau menghambat akses nasabah ke layanan perbankan.

Dampak pada kepuasan nasabah memiliki ketidakmampuan untuk mengakses rekening atau melakukan transaksi pada saat yang dibutuhkan dapat menyebabkan frustrasi dan ketidakpuasan nasabah. Selain itu juga, kompleksitas penggunaan memiliki risiko seperti beberapa nasabah, terutama yang kurang familiar dengan teknologi sehingga mungkin menemukan aplikasi atau *platform digital banking* sulit digunakan. Serta adanya dampak pada kepuasan nasabah antarmuka yang tidak ramah pengguna atau proses yang kompleks dapat mengurangi kenyamanan nasabah, membuat mereka enggan menggunakan layanan digital. Kurangnya personalisasi dan interaksi manusia memiliki risiko terhadap *digital banking* yang dimana sering kali mengurangi interaksi langsung dengan staf bank sehingga dapat mengurangi personalisasi layanan. Selain itu juga, dampak pada kepuasan

nasabah merasa bahwa layanan yang diberikan kurang personal dan impersonal, yang dapat menurunkan tingkat kepuasan mereka. Ketergantungan pada koneksi internet memiliki risiko terhadap layanan *digital banking* yang dimana memerlukan koneksi internet yang stabil. Di daerah dengan koneksi internet yang buruk, akses ke layanan ini dapat terganggu.

Mengatasi risiko-risiko ini adalah kunci untuk memastikan bahwa implementasi *digital banking* meningkatkan, bukan mengurangi tingkat kepuasan nasabah. Bank perlu berinvestasi dalam keamanan siber, memastikan sistem mereka andal dan mudah digunakan, serta tetap menyediakan layanan personal melalui saluran yang sesuai untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah

METODE PELAKSANAAN

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Nazir (2003), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mempelajari kondisi suatu kelompok orang, objek, situasi, sistem pemikiran, atau kejadian yang mungkin akan terjadi di waktu yang akan datang. Dalam penelitian ini, variabel yang diperhatikan dibagi menjadi dua jenis: variabel tidak terikat (*independent variable*), yang meliputi keandalan (*reliability*), efisiensi (*efficiency*), dan aksesibilitas (*accessibility*), serta variabel terikat (*dependent variable*), yaitu kepuasan nasabah. Jenis penelitian yang diterapkan adalah deskriptif dan verifikatif, dan metode survei deskriptif digunakan untuk mengumpulkan data serta mendeskripsikan dan menganalisis kondisi yang ada. Keberhasilan sebuah bank tidak semata diukur dari seberapa banyak nasabah yang dimiliki, tetapi juga dari kemampuannya untuk menjaga agar nasabah tetap loyal dan tidak beralih ke bank lain. Di zaman sekarang, banyak layanan perbankan baru muncul karena kemajuan teknologi, termasuk perusahaan-perusahaan baru yang berbasis *FinTech*. Hal ini meningkatkan persaingan antara bank untuk mencari cara terbaik dalam mempertahankan kepuasan nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Layanan Digital Banking pada Bank di Indonesia

Kemajuan teknologi yang semakin cepat telah mengubah cara orang berperilaku. Saat ini, masyarakat lebih memilih digitalisasi karena membuat aktivitas menjadi lebih praktis dan efisien. Karena itu, perbankan perlu cepat beralih ke sistem komputerisasi yang

optimal. Dengan menggunakan teknologi yang tepat, layanan perbankan bisa bekerja lebih efektif dan efisien yang pada akhirnya akses keuangan bagi masyarakat akan meningkat.

Dengan berkembangnya layanan digital dari bank, masyarakat perlu mengikuti perkembangan ini agar bisa mendapatkan manfaat dari pelayanan yang ditawarkan. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi nasabah saat menggunakan layanan digital. Misalnya, beberapa nasabah mungkin tidak sepenuhnya memahami cara menggunakan layanan digital dari bank syariah. Selain itu, terkadang masalah dengan jaringan internet bisa mengganggu transaksi, yang bisa menyebabkan transaksi tidak berhasil.

Peluang untuk menerapkan *digital banking* dalam menghadapi gangguan teknologi masih sejalan dengan meningkatnya penggunaan *smartphone*. Bagi bank-bank di Indonesia, penerapan *digital banking* harus mengikuti tren penggunaan *smartphone* yang berkembang pesat, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Jika bank dapat mempercepat adaptasi dan penerapan *digital banking*, bahkan lebih cepat daripada pertumbuhan penggunaan *smartphone*, maka sistem digital mereka akan lebih siap saat penggunaan *smartphone* mencapai puncaknya. Dengan cara ini, layanan digital perbankan akan siap untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah di masa depan.

Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Keberhasilan pembangunan ekonomi bisa dilihat dari sistem keuangan yang stabil dan menguntungkan masyarakat. lembaga keuangan sangat diperlukan sebab mereka mendorong pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, pemerataan pendapatan, dan mencapai stabilitas keuangan. Meskipun sektor keuangan berkembang pesat, hal ini tidak selalu diiringi dengan tersedianya ke layanan keuangan yang memadai. Padahal, akses yang baik ke layanan keuangan sangat penting agar masyarakat luas dapat terlibat dalam pembangunan ekonomi.

Kondisi ekonomi yang tidak stabil dan penuh risiko saat ini berdampak besar pada perbankan. Dengan semakin majunya teknologi, bisnis perbankan juga mengalami perubahan karena inovasi teknologi yang terus berkembang. Dulu, inovasi teknologi hanya berfokus pada bagian dalam bank. Sekarang, teknologi juga mempengaruhi sisi nasabah. Ini menciptakan perusahaan-perusahaan keuangan berbasis teknologi yang disebut *FinTech* (*Financial Technology*). *FinTech* kini telah ada di penjuru dunia, termasuk di Indonesia. Meskipun awalnya ada anggapan bahwa *FinTech* bisa menggantikan posisi bank, ternyata saat ini *FinTech* tidak bisa sepenuhnya menggantikan bank. Sebaliknya, *FinTech* dan bank

kini beroperasi berdampingan, sehingga kemajuan ekonomi dapat dicapai Bersama (Susilawaty *et al.*, 2020).

Untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap layanan digital perbankan, ada beberapa faktor dapat digunakan, seperti kenyamanan, risiko yang dirasakan (*perceived risk*), kemudahan penggunaan (*perceived usability*), nilai yang dirasakan (*perceived value*), keterlibatan karyawan dalam pelayanan pelanggan, kualitas layanan digital banking, kualitas fungsional, merek atau kepercayaan, serta inovasi dalam perbankan digital. Beberapa peneliti, seperti yang diungkapkan oleh Mbama & Ezepue (2018) bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan perbankan, persepsi dampak, persepsi manfaat, persepsi nilai, dan persepsi kepuasan nasabah. interaksi pelanggan, layanan perbankan digital, kualitas operasional, merek/kepercayaan dan inovasi untuk kinerja kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini dimensi penelitian yaitu kenyamanan, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kualitas layanan perbankan digital, merek/kepercayaan dan inovasi dalam perbankan, digunakan. Faktor-faktor ini dianggap penting ketika terjadi kualitas layanan digital di sektor perbankan.

Adapun beberapa layanan perbankan digital :

- **Internet Banking:** Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi, baik finansial maupun non-finansial, melalui komputer yang terhubung ke jaringan internet bank.
- **Phone Banking:** Melalui layanan ini, nasabah dapat bertransaksi perbankan menggunakan telepon dengan menghubungi pusat layanan bank. Bank menyediakan staf khusus atau sistem otomatis yang membantu nasabah dalam menyelesaikan transaksi.
- **SMS Banking:** Layanan ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (*SMS*) dari ponsel mereka. Nasabah dapat mengirimkan pesan ke nomor yang disediakan oleh bank atau menggunakan aplikasi khusus yang telah diinstal oleh bank pada ponsel mereka.
- **Mobile Banking:** *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang mirip dengan SMS banking, namun dengan teknologi yang lebih maju. Bank bekerja sama dengan operator seluler untuk memasang program khusus pada kartu *SIM GSM*, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan langsung dari ponsel mereka (Adela, 2020).

Faktor faktor penting pada Layanan Digital Banking

Faktor terpenting dalam layanan perbankan digital adalah: niat untuk menggunakan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan, kepercayaan, sikap terhadap layanan (*behavior towards services*). *Behavior towards services* adalah cara seseorang atau sekelompok orang berperilaku terhadap layanan yang mereka terima. Perbankan digital memudahkan nasabah untuk mengakses berbagai layanan bank. Dengan perbankan digital, nasabah bisa membuka rekening, melakukan pembayaran, berbelanja online, mengajukan pinjaman, berinvestasi, dan mengelola keuangan dengan mudah. Semua ini bisa dilakukan dengan cepat, dimana saja dan kapan saja melalui perangkat digital seperti *smartphone* atau komputer.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dari studi yang telah dilakukan terkait Analisis Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking*. Layanan *digital banking* adalah salah satu cara yang dipakai bank dalam hal meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam industri keuangan yang terus berkembang, tidak selalu diikuti dengan akses keuangan yang memadai. Bank merupakan Lembaga yang dipercaya masyarakat untuk menyimpan uang dan mengelola keuangan mereka. Perbankan berperan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, dengan cara membantu pertumbuhan ekonomi melalui berbagai sumber pendapatan yang diperoleh bank.

Beberapa jurnal terdahulu yang telah meneliti variabel layanan *digital banking* dan kepuasan nasabah diketahui bahwa belum banyak penelitian yang melakukan penelitian secara kualitatif secara khusus pada perbankan di Indonesia (Candy & Batubara, 2022). Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan ulasan yang bermanfaat untuk industri perbankan khususnya dalam perencanaan layanan digital banking yang berdampak pada kepuasan nasabah. Melalui penelitian dapat diperoleh pendalaman mengenai faktor faktor dalam layanan *digital banking* yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Merujuk hal tersebut penulis mengangkat judul “Pengaruh Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank di Indonesia”.

Beberapa masalah yang mungkin muncul saat menggunakan *digital banking* meliputi gagal transaksi karena jaringan internet yang kurang konsisten. Untuk mengatasi hal ini, pastikan koneksi internet Anda baik dan stabil. Selain itu, jika aktivasi layanan gagal karena tidak ada pulsa, pastikan Anda memiliki pulsa yang cukup sebelum mencoba

lagi. Jika Anda mengalami masalah saat login karena aplikasi *BSI Mobile* tidak terbaru, pastikan aplikasi Anda diperbarui ke versi terbaru. Terakhir, jika Anda tidak bisa login karena server mengalami error, Anda perlu menunggu informasi dari pihak bank. Biasanya, server akan diperbaiki, dan aplikasi akan kembali dapat digunakan setelah masalah tersebut teratasi.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang analisis implementasi digital banking dan kualitas layanan. Penelitian dapat dilakukan pada objek yang berbeda dengan referensi yang lebih beragam atau menggunakan metode penelitian yang berbeda. Peneliti juga percaya bahwasanya masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang belum diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti selanjutnya bisa menerapkan model penelitian ini pada industri lain di Indonesia, selain industri perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, M. (2020). Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa) Persaingan.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Jumlah Bank dan Kantor Bank (Unit). <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTM3IzI=/jumlah-bank-dan-kantor-bank--unit-.html>
- Bank Indonesia. (2021). Jumlah Uang Elektronik Beredar. https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomikeuangan/ssp/_layouts/15/download.aspx?SourceUrl=https://www.bi.go.id%0A/id/statistik/ekonomikeuangan/ssp/Lists/UangElektronikJumlahBeredar/Attachme%0Ants/13/Jumlah-Uang-Elektronik-Beredar-2021.xls%0D
- Candy, M., & Batubara, A. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. 7(30), 706–725.
- Masitoh, N., Rosidah, E., Kurniawati, A., & Siliwangi, U. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Tasikmalaya. 4(Februari), 11–16.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 230–255. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>
- Melis. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Palembang. 2, 39–48.
- Nazir, M. (2003). Metode Penelitian. Ghalia Indonesia.

- Nugraha, M. A., & Noni, Y. (2024). Analisis Implementasi Digital Banking Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI). 1(3). Otorisasi Jasa Keuangan. (2016). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan. www.ojk.go.id
- Susilawaty, L., Nicola, N., Mulia, U. B., Lodan, J., No, R., & Utara, J. (2020). Pengaruh Layanan Perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan. 19, 179–190.



© 2024 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).