

Dampak Penggunaan Mobile Banking Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Medan)

Nadhyatul Hasanah¹, Aisyah Nur Amelia², Rizka Aulia³, Muhammad Arfan Harahap⁴
^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: nadhya2211@gmail.com, aisyahnuramelia05@gmail.com, rizkaaulia161@gmail.com, muhammadarfanharahap@gmail.com

Abstract

Digital transformation has encouraged Islamic banks to develop mobile banking as a primary channel for customer transactions. This study aims to analyze the effect of Islamic mobile banking usage (BSI Mobile) on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia in Medan City. A quantitative associative approach was employed by collecting primary data from active users of BSI Mobile. Data were analyzed using simple linear regression. The findings indicate that the use of BSI Mobile has a positive and significant effect on customer satisfaction. These results confirm that ease of use, service speed, and transaction flexibility play an important role in enhancing customer satisfaction, highlighting the strategic importance of improving mobile banking service quality in Islamic banking.

Keywords: *Islamic mobile banking, customer satisfaction, Bank Syariah Indonesia, digital services.*

Abstrak

Transformasi digital mendorong perbankan syariah mengembangkan mobile banking sebagai sarana utama layanan transaksi nasabah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan mobile banking syariah (BSI Mobile) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, melalui pengumpulan data primer dari nasabah aktif pengguna BSI Mobile. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BSI Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan layanan, dan fleksibilitas transaksi melalui BSI Mobile berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga penguatan kualitas layanan mobile banking menjadi faktor strategis dalam pengembangan perbankan syariah.

Kata kunci: *mobile banking syariah, kepuasan nasabah, Bank Syariah Indonesia, layanan digital.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi layanan perbankan, termasuk pada sektor perbankan syariah, melalui pemanfaatan mobile banking sebagai bagian dari digital banking. Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara cepat, fleksibel, dan efisien tanpa harus datang ke kantor cabang. Dalam era

digital, kualitas layanan mobile banking menjadi faktor penting dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa aspek kecepatan layanan, kemudahan akses, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan privasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking, termasuk pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Kota Medan sebagai salah satu kota besar dengan tingkat penggunaan internet dan smartphone yang tinggi memiliki potensi besar dalam pengembangan layanan mobile banking. Tingginya mobilitas masyarakat perkotaan mendorong kebutuhan akan layanan perbankan digital yang cepat, aman, dan andal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan mobile banking syariah (BSI Mobile) terhadap kepuasan nasabah di Kota Medan, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan literatur perbankan syariah di Indonesia dan rekomendasi praktis bagi peningkatan kualitas layanan mobile banking BSI sesuai kebutuhan masyarakat urban.

KAJIAN TEORI

Digitalisasi Perbankan

Digital perbankan menjadi fokus penting dalam penelitian di Indonesia karena perannya dalam meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan kualitas layanan keuangan. Nugroho, Hidayat, dan Kusuma (2021) menyatakan bahwa transformasi digital perbankan didorong oleh kebutuhan menekan biaya operasional dan meningkatkan daya saing, yang terbukti mampu memperbaiki efisiensi dan kualitas layanan. Dari sisi nasabah, Rahardjo, Ikhsan, dan Sihotang (2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan digital banking, sehingga memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model (TAM)*. Selain itu, Suryanto dan Kurniawan (2022) menemukan bahwa digitalisasi perbankan berdampak positif terhadap profitabilitas dan stabilitas keuangan melalui peningkatan produktivitas dan otomatisasi proses. Lebih lanjut, Prabowo, Wibowo, dan Utami (2023) menegaskan bahwa kolaborasi dengan fintech mendorong inovasi layanan dan keunggulan kompetitif bank, meskipun Santoso dan Purnomo (2024) mengingatkan pentingnya penguatan keamanan siber dan tata kelola teknologi informasi untuk menjaga kepercayaan dan keberlanjutan digital perbankan.

Mobile Banking

Mobile banking merupakan inovasi layanan keuangan digital yang memungkinkan transaksi perbankan dilakukan secara real-time melalui perangkat seluler. Dalam konteks

Indonesia, Rizal, Maulina, dan Kostini (2020) menyatakan bahwa adopsi mobile banking dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, serta berkontribusi pada peningkatan efisiensi transaksi, kepuasan nasabah, dan perluasan akses layanan perbankan. Dari perspektif perilaku pengguna, kepercayaan dan persepsi risiko menjadi faktor kunci dalam keberlanjutan penggunaan mobile banking. Putritama dan Supriyadi (2021) menemukan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas sistem dan niat penggunaan berkelanjutan, sementara isu keamanan data dan privasi masih menjadi hambatan utama yang menuntut penguatan sistem keamanan digital.

Selain itu, mobile banking juga berdampak positif terhadap kinerja dan daya saing bank. Nugroho, Utami, dan Doktoralina (2022) menunjukkan bahwa implementasi mobile banking mampu meningkatkan kinerja operasional melalui penurunan biaya transaksi dan peningkatan intensitas penggunaan layanan digital. Di sisi lain, mobile banking berperan dalam mendorong inklusi keuangan, khususnya bagi kelompok unbanked dan underbanked. Suryanto dan Fatimah (2023) menegaskan bahwa layanan ini memperluas akses keuangan di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur perbankan.

Namun demikian, Santoso, Handayani, dan Prabowo (2024) menekankan bahwa rendahnya literasi digital dan meningkatnya risiko keamanan siber dapat menghambat optimalisasi mobile banking, sehingga edukasi nasabah dan investasi berkelanjutan dalam keamanan sistem menjadi faktor penting bagi keberlanjutan layanan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan elemen penting dalam pemasaran jasa dan perbankan karena berperan dalam membentuk loyalitas, kepercayaan, dan hubungan jangka panjang. Dalam layanan keuangan modern, kepuasan nasabah mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan nasabah dan kinerja layanan yang dirasakan. Rizal, Maulina, dan Kostini (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan di Indonesia, sehingga kepuasan menjadi indikator utama keberhasilan strategi layanan.

Selain kualitas layanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna juga memengaruhi kepuasan nasabah. Putritama dan Supriyadi (2021) menemukan bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara kualitas sistem layanan digital dan kepuasan nasabah, khususnya pada layanan berbasis teknologi. Nasabah yang merasa aman cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Dari perspektif kinerja perusahaan, kepuasan nasabah berdampak positif terhadap loyalitas dan kinerja keuangan bank. Nugroho, Utami, dan Doktoralina (2022)

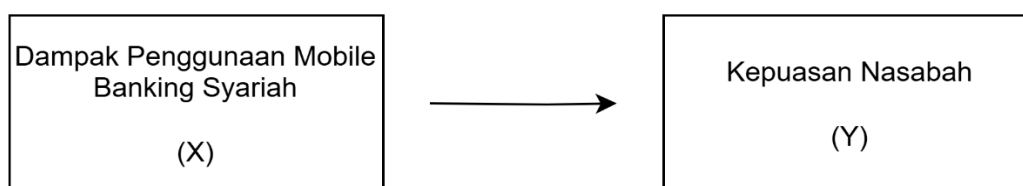
menegaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan aset strategis dalam meningkatkan daya saing bank. Sejalan dengan itu, Suryanto dan Fatimah (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan digital, kemudahan akses, dan keandalan sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah perbankan. Namun, risiko keamanan dan pelanggaran data dapat menurunkan kepuasan dan kepercayaan nasabah. Santoso dan Purnomo (2024) menekankan pentingnya penguatan kualitas layanan dan sistem keamanan secara terpadu untuk menjaga kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

Kajian Empiris

Dalam literatur global, kualitas layanan mobile banking secara luas diakui sebagai determinan utama kepuasan pelanggan. Sahar, Ziarmal, Labib, dan Hotak (2025) melalui studi bibliometrik berbasis database Scopus menunjukkan bahwa tema service quality, trust, usability, dan security merupakan variabel yang paling dominan dan konsisten muncul dalam penelitian mengenai mobile banking dan customer satisfaction. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh kualitas teknis dan nonteknis layanan digital perbankan.

Sejalan dengan itu, Rafii, Widyastuti, dan Monoarfa (2025) menemukan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi yang mudah dipelajari dan dioperasikan cenderung meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Lukmanul Hakim dan Euphrasia Susy Suhendra (2021) juga menegaskan bahwa selain kemudahan penggunaan, perceived usefulness, ketersediaan fitur, dan tingkat kepercayaan berperan penting dalam membentuk kepuasan serta penggunaan mobile banking. Dalam konteks perbankan syariah, Ilyas dan Wardah (2024) melalui penelitian pada nasabah BSI Banda Aceh menemukan bahwa trust, efisiensi, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mobile banking. Penelitian ini menekankan bahwa kepercayaan dan efisiensi layanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking.

Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif dan terukur. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari pengguna BSI Mobile melalui penyebaran kuesioner yang disusun oleh peneliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menilai sejauh mana penggunaan aplikasi BSI Mobile berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, penggunaan BSI Mobile berperan sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Selain itu, penelitian ini bersifat eksplanatori sederhana karena tidak hanya menggambarkan fenomena yang terjadi, tetapi juga menjelaskan hubungan sebab-akibat antara penggunaan aplikasi dan kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, desain penelitian ini dinilai tepat karena mampu mengukur besarnya pengaruh antarvariabel melalui data kuantitatif yang dapat dianalisis secara objektif.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber Data

Sumber data yaitu merupakan data primer yang diambil dari para nasabah pengguna aplikasi BSI Mobile di Kota Medan sebanyak 132 responden yang dipilih sebagai sampel dengan Teknik purposive sampling, yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu:

- a) Responden merupakan nasabah aktif BSI
- b) Pengguna aplikasi BSI Mobile
- c) Memiliki pengalaman langsung dalam bertransaksi melalui aplikasi tersebut.

Data dikumpulkan melalui kuesioner online (Goggle Form) berdasarkan indikator variabel mobile banking dan kepuasan nasabah. Setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala penilaian (1-5) untuk mengukur Tingkat persetujuan responden tersebut. Sebelum digunakan, kuesioner diuji terlebih dulu dengan uji validitas dan reabilitas, dengan hasil yang menunjukkan semua item valid dan memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,882 yang artinya instrument tersebut reliabel dan konsisten.

Metode Analisis Data

Analisis utama yang dilakukan yaitu regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh penggunaan BSI Mobile terhadap tingkat kepuasan nasabah. Secara keseluruhan,

metode analisis data ini membuktikan bahwa model penelitian yang digunakan valid, memenuhi persyaratan statistik, dan mampu menunjukkan adanya pengaruh antar variabel.

Berikut persamaan regresinya:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

a = nilai konstanta

b = parameter koefisien regresi

X = mobile banking BSI

e = standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset ini menghadirkan 132 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Medan, Sumatera Utara, sebagai responden utama dalam pengumpulan data. Seluruh peserta merupakan pengguna setia aplikasi BSI Mobile yang secara aktif memanfaatkan berbagai fitur layanan perbankan digital, sehingga memastikan data yang dihimpun tepat sasaran untuk mengkaji bagaimana layanan mobile banking syariah membentuk kepuasan nasabah. Pemilihan sampel dilakukan secara purposif dengan kriteria tertentu untuk menjamin kualitas dan relevansi data penelitian, sekaligus memastikan bahwa setiap responden memiliki pengalaman langsung yang memadai dalam menggunakan platform digital BSI.

4.1. Uji Validitas dan uji Reabilitas

Uji Validitas

Validitas instrumen kuesioner diuji melalui survei kepada 132 responden pengguna mobile banking BSI selama periode Oktober-Desember 2025. Pengolahan data menggunakan software IBM SPSS versi 25.0 untuk menganalisis keandalan penelitian. Kriteria validitas ditetapkan dengan membandingkan nilai r-hitung terhadap r-tabel, dimana suatu item dinyatakan valid apabila r-hitung melebihi nilai r-tabel. Berdasarkan Tabel Distribusi Nilai r Product Moment dengan tingkat signifikansi 0,05, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,176 sebagai standar pengujian.

Tabel 1.1
Hasil dari Uji Validitas

No	Pernyataan	R= hitung	R= tabel	P (sig)	Keterangan
1	P1	0,513	0,176	0,000	VALID
2	P2	0,653	0,176	0,000	VALID
3	P3	0,463	0,176	0,000	VALID
4	P4	0,570	0,176	0,000	VALID
5	P5	0,374	0,176	0,000	VALID
6	P6	0,596	0,176	0,000	VALID
7	P7	0,386	0,176	0,000	VALID
8	P8	0,423	0,176	0,000	VALID
9	P9	0,329	0,176	0,000	VALID
10	P10	0,444	0,176	0,000	VALID
11	P11	0,638	0,176	0,000	VALID
12	P12	0,602	0,176	0,000	VALID
13	P13	0,374	0,176	0,000	VALID
14	P14	0,497	0,176	0,000	VALID
15	P15	0,566	0,176	0,000	VALID
16	P16	0,571	0,176	0,000	VALID
17	P17	0,613	0,176	0,000	VALID
18	P18	0,604	0,176	0,000	VALID
19	P19	0,445	0,176	0,000	VALID
20	P20	0,519	0,176	0,000	VALID
21	P21	0,521	0,176	0,000	VALID
22	P22	0,574	0,176	0,000	VALID
23	P23	0,480	0,176	0,000	VALID
24	P24	0,506	0,176	0,000	VALID
25	P25	0,483	0,176	0,000	VALID
26	P26	0,426	0,176	0,000	VALID
27	P27	0,306	0,176	0,000	VALID

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Berdasarkan dari hasil Tabel 1.1, Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 27 item pernyataan memiliki nilai r-hitung > r-tabel (0,176). Hal ini berarti keseluruhan item dalam kuesioner dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian, khususnya kuesioner. Indikator reliabilitas yang paling umum digunakan adalah Cronbach's Alpha. Menurut Tavakol dan Dennick (2011) dalam International Journal of Medical Education, Cronbach's Alpha mengukur konsistensi internal antar item dalam suatu instrumen. Reliabilitas instrumen diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha melalui software IBM SPSS 25.0, dengan penetapan nilai minimum 0,7 sebagai standar kelayakan. Variabel dinyatakan reliabel apabila memperoleh skor di atas ambang batas tersebut.

Tabel 1.2
Hasil dari Uji Realiabilitas

Jumlah Pernyataan	Cronbach`s Alpha	Syarat	Keterangan
27	0,882	0,7	Realiabel

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Berdasarkan tabel di atas, koefisien Cronbach's Alpha untuk setiap variabel berada di atas batas kelayakan 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabilitas.

Hasil Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.49865161
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.056
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Hasil uji normalitas pada tabel 1.3 memperlihatkan bahwa variabel X (Mobile Banking BSI) dan Y (Kepuasan Nasabah) memiliki nilai signifikansi $0,073 > 0,05$, mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1.4
Hasil Uji dari Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	17.129	3.716		4.610	.000		
	bsimobile	.353	.050	.524	7.015	b.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

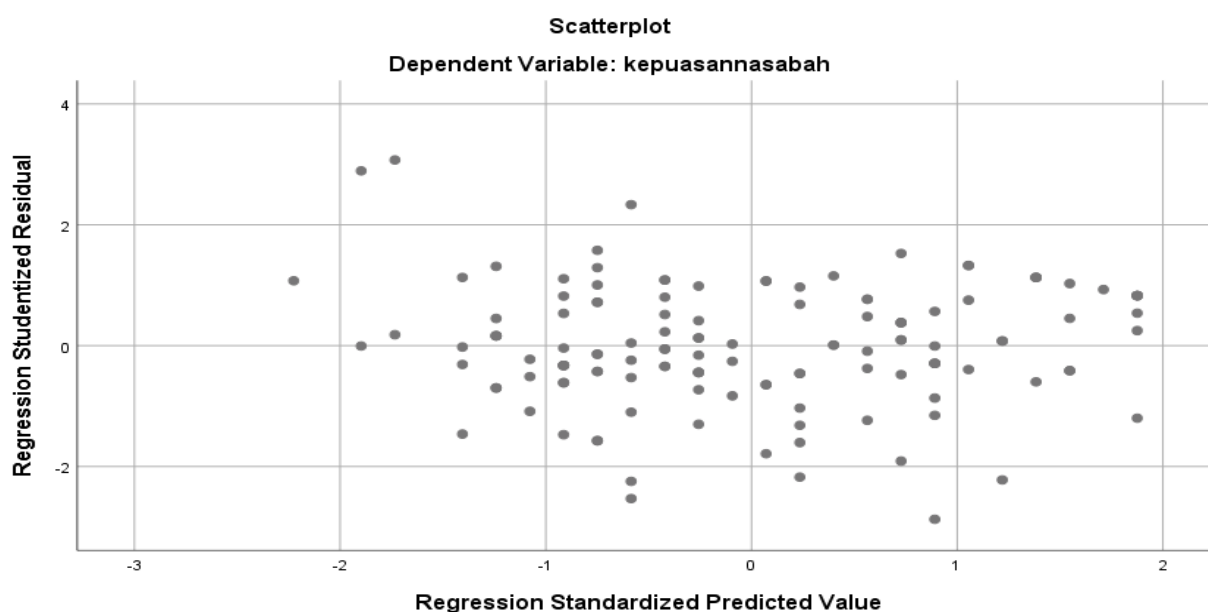
Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Hasil uji multikolinearitas pada tabel menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking BSI (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai VIF sebesar 1,000 (di bawah batas 10) dan nilai Tolerance sebesar 1,000 (di atas ambang 0,1). Temuan ini membuktikan bahwa data penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas, sehingga memenuhi persyaratan asumsi klasik untuk analisis regresi.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 1.5

Hasil Uji dari Heterokedastisitas



Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Sebaran titik yang merata pada grafik mengindikasikan tidak adanya heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik. Temuan ini memungkinkan penelitian untuk melanjutkan analisis pengaruh mobile banking BSI terhadap kepuasan nasabah pada tahap pengujian selanjutnya.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 1. 6

Hasil dari Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.129	3.716		4.610	.000
	bsimobile	.353	.050	.524	7.015	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Hasil dari uji regresi yang disederhanakan dapat dijelaskan bahwa :

$$Y = \alpha + bX + e$$

$$Y = 17,129 + 0,353(X) + e$$

Keterangannya:

Y = Kepuasan Nasabah

α = Nilai Konstanta

b = Parameter Koefisien Regresi

X = Mobile Mbanking BSI

e = Standar Error

Berdasarkan model regresi di atas, konstanta (α) bernilai 17,129 menggambarkan tingkat kepuasan nasabah ketika variabel mobile banking (X) tidak mengalami perubahan. Adapun koefisien regresi (b) sebesar 0,353 menunjukkan adanya hubungan positif, artinya setiap peningkatan pada layanan Mobile Banking BSI akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 17,129.

Uji F (Simultan)

Tabel 1.7
Hasil dari Uji F-Statistik (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607.001	1	607.001	49.211	.000 ^b
	Residual	1603.514	130	12.335		
	Total	2210.515	131			
a. Dependent Variable: kepuasannasabah						
b. Predictors: (Constant), bsimobile						

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Pada tabel ANOVA di atas, nilai F hitung dihasilkan dari analisis data menggunakan aplikasi SPSS, sedangkan nilai F tabel ditemukan melalui tabel statistik F dengan penerapan rumus sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Di mana: $n = 132$ (banyaknya dari responden), $k = 2$ (variabel pada penelitian) Maka, $df_1 = 2 - 1$
 $df_2 = 132 - 2 = 130$, dan hasil F tabel sebesar 3,91.

Berdasarkan output SPSS tersebut diketahui nilai Sig untuk pengaruh X secara bersama-sama (simultan) terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai F-hitung $49,211 > 3,91$ sehingga

dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan X secara simultan terhadap Y.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 1.8
Hasil dari Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.275	.269	3.512
a. Predictors: (Constant), bsimobile				
b. Dependent Variable: kepuasannasabah				

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Berdasarkan output SPSS tersebut diketahui nilai R Square sebesar 0,275, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh mobile banking BSI (X) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 27,5 % sementara sisanya 72,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model.

Uji T-Statistik (Parsial)

Tabel 1.9
Hasil Uji T-Statistik (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.129	3.716		4.610	.000
	Bsi mobile	.353	.050	.524	7.015	.000
a. Dependent Variable: kepuasannasabah						

Sumber: hasil data SPSS 25.2025

Hasil pada tabel koefisien, T-hitung diperoleh dari tes SPSS, dan t-tabel diperoleh dari rumus:

$$(df = n - k)$$

Dimana: n = 132 (jumlah dari responden)

$$k = 2 \text{ (variabel pada penelitian)}$$

Menjadi, $df = 132 - 2 = 130$, Selanjutnya, t-tabel diperoleh 1,657.

Tabel tersebut menunjukkan hasil uji parsial (uji t), di mana nilai t-hitung untuk variabel Mobile Banking BSI (X) sebesar 7,015 lebih besar daripada t-tabel 1,657. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,000 jauh di bawah batas 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Mobile Banking BSI memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mobile Banking BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kota Medan. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, dengan seluruh item memenuhi nilai r -hitung $>$ r -tabel serta Cronbach's Alpha sebesar 0,882. Uji asumsi klasik juga terpenuhi, menandakan data layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier.

Model regresi menghasilkan persamaan $Y = 17,129 + 0,353X$, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan mobile banking diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah. Uji F dan uji t sama-sama menghasilkan nilai signifikansi 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan BSI Mobile memiliki pengaruh positif yang kuat, baik secara simultan maupun parsial. Nilai R^2 sebesar 0,275 menunjukkan bahwa 27,5% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh penggunaan mobile banking, sementara faktor lain berada di luar model.

Secara keseluruhan, masyarakat Kota Medan merasakan manfaat BSI Mobile karena kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas layanan yang diberikan. Namun, beberapa aspek seperti stabilitas aplikasi, keamanan, dan peningkatan fitur masih perlu diperhatikan agar kepuasan nasabah dapat meningkat lebih optimal. Temuan ini menguatkan bahwa pengembangan layanan digital berbasis syariah menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna perbankan modern.

Penelitian ini didukung oleh temuan Elsandro Yoga Pranantha (2021) yang menyatakan bahwa fitur dalam BSI Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Karina Widianingrum (2021), yang menemukan bahwa fitur aplikasi tersebut justru berpengaruh negatif dan tidak signifikan, terutama karena pengguna sering mengalami kendala seperti downtime, bug, dan akses yang lambat. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sistem dan edukasi kepada nasabah menjadi langkah penting bagi BSI untuk mendorong kepuasan pengguna.

KESIMPULAN

Penggunaan BSI Mobile pada masyarakat Kota Medan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Aplikasi dinilai mudah digunakan, aman, dan mampu mempermudah transaksi harian. Temuan ini juga menunjukkan bahwa pengguna semakin memahami proses transaksi, mampu menjelaskan kembali cara kerja fitur yang digunakan, serta dapat memberikan contoh transaksi yang dilakukan melalui aplikasi. Dengan meningkatnya pemahaman dan kemudahan penggunaan tersebut, nasabah merasa lebih nyaman dan puas dalam bertransaksi menggunakan BSI Mobile.

REKOMENDASI

Bank Syariah Indonesia Cabang Medan perlu terus meningkatkan kualitas layanan BSI Mobile dengan memperbaiki stabilitas sistem, menambah fitur-fitur sesuai kebutuhan nasabah lokal, serta menyediakan edukasi digital yang lebih intensif kepada nasabah di Kota Medan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan nasabah BSI di Medan seperti kualitas customer service, keamanan data, dan kemudahan penggunaan aplikasi, serta dapat membandingkan tingkat kepuasan pengguna mobile banking antar bank syariah yang beroperasi di Kota Medan untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2022). Digital banking services adoption. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102987>
- Al-Qudah, A. M., Al-Okaily, M., & Alqudah, H. (2022). Mobile banking quality and customer satisfaction. *Financial Innovation*. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00362-z>
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59–76. DOI:
<https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
- Nugroho, L., Hidayat, S., & Kusuma, H. (2021). Digital banking, customer satisfaction, and bank performance: Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 101–112.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0101>
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Pangestika, D. (2022). ANALISIS KEPUASAN NASABAH DALAM PENGGUNAAN BSI MOBILE. *JURNAL MUAMALAT INDONESIA - JMI*, 2(2).
<https://doi.org/10.26418/jmi.v2i2.58961>
- Prabowo, M. A., Wibowo, S., & Utami, E. S. (2023). Fintech collaboration and digital banking innovation in emerging markets. *Cogent Economics & Finance*, 11(1), 2184567. <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2184567>
- Rahardjo, B., Ikhsan, R. B., & Sihotang, E. T. (2020). Adoption of digital banking services: Evidence from Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(10), 1–15.
- Ramaadhan, P. N., Dan Bisnis, E., Pontianak, T., Barat, K., Bustami, I., Aya, I., & Ardedia, S. (2024). *Analisis Pengaruh Mobile Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Tanjungpura)*.

Rizaldi Yusfiarto. (2022). The relationship between m-banking service quality and loyalty: evidence in Indonesian Islamic Banking. *Asian Journal of Islamic Management*

3
8

Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2016). Mobile banking adoption. *International Journal of Information Management*.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.001>

Sugiarti, D., & Meilani, A. (2023). Customer Satisfaction in Using Mobile Services Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*. DOI:

[https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).14820](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).14820)

Suryanto, T., & Kurniawan, M. (2022). Digital transformation and bank performance: Empirical evidence from ASEAN banks. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(6), 55–65. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no6.0055>

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50