

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN FITUR PRODUK *MOBILE BANKING* BANK NTB SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN SUMBAWA**

**Rini Cahyani <sup>1</sup>, Abdul Salam <sup>2</sup>**  
 Universitas Teknologi Sumbawa

Correspondence		
Email: <a href="mailto:rinic1218@gmail.com">rinic1218@gmail.com</a>	No. Telp:	
Submitted 12 Januari 2025	Accepted 17 Februari 2025	Published 18 Februari 2025

**ABSTRAK**

Penelitian ini untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk mobile banking Bank NTB Syariah terhadap Kepuasan nasabah di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 nasabah Bank NTB Syariah yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-4. Dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini terjadi karena kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah tidak optimal, sehingga nasabah Bank NTB Syariah cenderung merasa ekspektasinya tidak tercapai sehingga nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. sedangkan variabel kemudahan transaksi dan fitur produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Sumbawa. Hal tersebut terjadi karena nasabah merasa lebih mudah ketika melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* Bank NTB Syariah dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh Bank NTB Syariah cukup lengkap seperti QRIS dan *biometric finger print*, sehingga nasabah merasa puas dengan kemudahan yang ditawarkan dan fitur yang disediakan oleh Bank NTB Syariah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, Fitur Produk, Kepuasan Nasabah

**ABSTRAK**

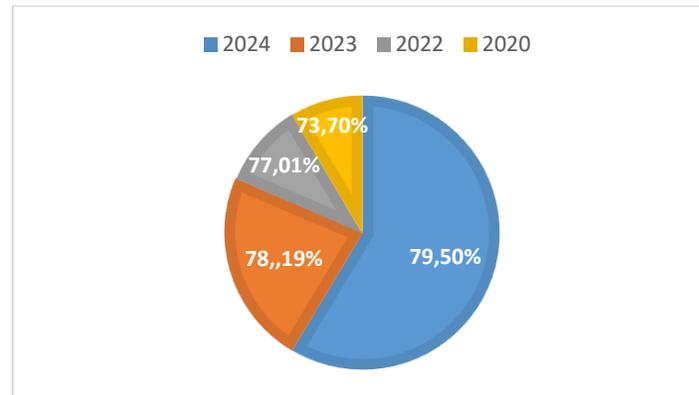
*This research is to examine the influence of Service Quality, Ease of Transactions, and Bank NTB Syariah mobile banking product features on customer satisfaction in Sumbawa Regency. This research uses quantitative methods with an associative approach. The sample in this study consisted of 100 Bank NTB Syariah customers selected using a purposive sampling technique. Data was collected using a questionnaire with a Likert scale of 1-4. And analyzed using multiple linear regression analysis. The research results show that the service quality variable has an effect but is not significant on customer satisfaction. This occurs because the quality of service provided to customers is not optimal, so that Bank NTB Syariah customers tend to feel that their expectations are not achieved so that customers feel less satisfied with the service provided. while the variables of ease of transaction and product features have a significant effect on customer satisfaction in Sumbawa Regency. This happens because customers find it easier to make transactions using Bank NTB Syariah's mobile banking and the features offered by Bank NTB Syariah are quite complete, such as QRIS and biometric finger print, so customers feel satisfied with the convenience offered and the features provided by Bank NTB Syariah.*

Keywords: Service Quality, Ease of Transactions, Product Features, Customer Satisfaction

**PENDAHULUAN**

Era digital berkembang pesat, didorong oleh keinginan manusia akan efisiensi dan kemudahan. Perkembangan ini menciptakan aktivitas baru yang berpotensi meningkatkan perekonomian. Pemanfaatan teknologi meningkatkan efisiensi penggunaan sumberdaya. Perkembangan era digital ini tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan internet.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mengumumkan jumlah pengguna Internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa pada tahun 2024, dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dipublikasikan oleh APJII, tingkat penetrasi internet Indonesia meningkat sebesar 79.5%. Dibandingkan musim sebelumnya, peningkatannya sebesar 1.4%. (APJII, 2024)



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia  
Gambar 1.1 :APJII Pertumbuhan tingkat penetrasi Indonesia 2024

Dari gambar di atas menjelaskan tingginya penggunaan internet dari tahun ke tahun menjadikan segala kegiatan dialihkan ke digital di berbagai sektor seperti sektor pendidikan, sektor kesehatan dan sektor perbankan. Di Indonesia, terdapat dua jenis sistem perbankan, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar, Indonesia seharusnya menjadi pelopor dan pusat pengembangan keuangan syariah di dunia (Tho'in, 2019).

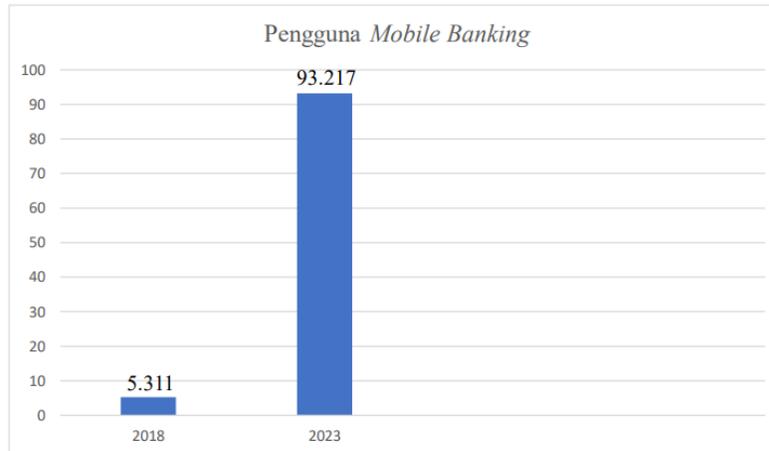
Berdasarkan informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank syariah adalah Bank yang menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah Islam, yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan hadis. Definisi Bank syariah juga dijelaskan dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang menyatakan bahwa Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam. Prinsip-prinsip syariah yang diterapkan mencakup keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme (*alamiyah*), serta kemaslahatan (*maslahah*). Selain itu, Bank syariah tidak boleh terlibat dalam kegiatan yang dilarang, seperti riba, penipuan, perjudian, dan hal-hal lain yang diharamkan menurut fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Bank syariah terbagi dalam dua jenis, yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan Bank Umum Syariah (BUS).

Bank NTB Syariah adalah salah satu Bank yang termasuk kedalam jenis Bank Umum Syariah (BUS). Bank NTB Syariah adalah Bank milik pemerintah propinsi Nusa Tenggara Barat secara bersama-sama di kelola oleh pemerintah Kota/Kabupaten. Bank ini merupakan Bank daerah kedua setelah BPD Aceh yang telah berkonversi menjadi Bank Syariah. Bank NTB Syariah resmi dikonversi menjadi Bank Syariah pada tanggal 24 September 2018. Bank NTB Syariah terus menunjukkan pertumbuhan yang positif dimana pada tahun 2018, jumlah ATM Bank NTB Syariah sebanyak 151 unit, mengalami peningkatan menjadi 317 unit pada tahun 2023. Lonjakan ini mencerminkan komitmen Bank untuk memperluas jangkauan layanan fisik kepada nasabah. Sementara itu, penggunaan QRIS mencapai 4.917 pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 6.138

pada tahun 2023, menandakan adopsi yang pesat dari masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital. Bank NTB Syariah telah membuktikan bahwa Bank tersebut mampu menunjukkan pertumbuhan secara konsisten di tengah ketatnya persaingan di industri perbankan. (Mas'ud 2024).

Dalam menjalankan usahanya, Bank NTB Syariah berusaha memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya dengan cara memberikan fasilitas yang mumpuni. Salah satunya adalah dengan menciptakan produk yang dapat memenuhi semua kebutuhan (Adelia, 2019). Dengan menghadirkan variasi baru dan mengoptimalkan layanan berbasis digital seperti *mobile banking*.

adalah fasilitas perbankan yang nasabah untuk langsung smartphone. telah membawa signifikan pada Syariah. layanan *mobile* juga layanan *e-milik* Bank meningkat drastis dari tahun ke tahun.



*Mobile banking* layanan berupa aplikasi memudahkan bertransaksi melalui *Mobile banking* perubahan Bank NTB Pengguna *banking* dan *channel* lainnya NTB Syariah

Sumber: Seputarntb.com

Gambar 1.2 pengguna *mobile banking*

Dari gambar 1.2 tersebut menunjukkan kepercayaan masyarakat Nusa Tenggara Barat untuk hijrah kembali memanfaatkan jasa layanan perbankan daerah, yakni Bank NTB Syariah yang semakin lama semakin meningkat. Hal tersebut terbukti dengan pengguna *mobile banking* Bank NTB Syariah dari jumlah 5.311 *user* pada 2018, meningkat drastis menjadi 93,217 *user* pada November 2023. Di mana pendapatan dari *mobile banking* ini cukup tinggi, dan sebagai salah satu yang juga pendongkrak laba Bank NTB Syariah (Aulia, 2024).

Dibalik meningkatnya pengguna layanan *mobile banking* terdapat Fenomena yang ada di Bank NTB Syariah sekarang yaitu, sebagian nasabah dari PNS mereka hanya menggunakan rekening Bank NTB Syariah untuk menerima gajinya saja dan tidak digunakan sebagai rekening utama. Berdasarkan hasil observasi dengan beberapa nasabah Bank NTB Syariah alasan mereka

tidak menggunakan sebagai rekening utama adalah karena mereka lebih nyaman dengan Bank yang sudah mereka gunakan sebelumnya. Dan juga beberapa nasabah menjawab karena mobile banking Bank NTB Syariah memiliki keterbatasan fitur pada sistem QRIS dimana pada fitur itu, hanya untuk transaksi pembayaran saja tidak untuk menerima pembayaran. Dari permasalahan tersebut hendaknya Bank NTB Syariah lebih peduli dengan apa yang dihadapi oleh nasabahnya dengan meningkatkan kualitas layanan dan memberikan kemudahan untuk nasabah dengan memberikan fitur produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam persaingan antar bank, karena mungkin ada perbedaan dengan perusahaan lain. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas layanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas layanan yang baik adalah kunci untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, oleh karena itu hal ini harus diperhitungkan saat anda menawarkan kepada pelanggan. Ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan (Prihadiningrum et al., 2022). Layanan perbankan yang berkualitas tinggi akan memberikan dampak positif, yaitu pelanggan menggunakan layanan tersebut berulang kali sehingga kecil kemungkinan nasabah beralih ke Bank lainnya (Astuti, 2020). Dengan adanya layanan *mobile banking* tersebut juga dapat memberikan kemudahan bagi nasabah.

Kemudahan adalah suatu kondisi dimana semua hal dapat dilakukan dengan secara mudah tanpa ada kendala. Menurut Rozi & Ziyad (2019) kemudahan berarti bahwa seseorang berharap ketika menggunakan teknologi, kerjaan akan menjadi lebih efektif, termasuk kemudahan pada saat mengoperasikan suatu sistem. Kemudahan termasuk salah satu faktor yang berdampak kepada kepuasan pembeli kemudahan pengguna mencakup pembayaran digital dan metode perbankan. Nasabah membutuhkan *mobile banking* untuk mempermudah aktivitasnya, bila *mobile banking* bisa memberikan kemudahan tersebut maka kualitas layanan dan fitur produk itu sendiri akan meningkatkan kepuasan nasabah (Esther, 2020).

Fitur produk merupakan bagian penting untuk mencapai keberhasilan produk, karena fitur tersebut memberikan nilai kepada pelanggan, meningkatkan tingkat keterlibatan, memungkinkan peluang inovasi, membantu memahami pelanggan dengan lebih baik, dan memfasilitasi proses pengembangan yang efisien. Adapun fitur yang disediakan oleh Bank NTB Syariah untuk mengecek saldo rekening tidak perlu menggunakan PIN karena langsung terdapat di menu bar dan juga terdapat fitur untuk mengecek mutasi rekening selama 1 bulan terakhir, transfer antar Bank maupun sesama Bank NTB, pembayaran, pembelian, dompet digital, ZISWAF (Zis dan Wakaf), fitur islami dan fitur lainnya (KOMINFO, 2022). Menurut Ginting dalam Hibatullah & Busman (2022) Fitur berfungsi sebagai taktik menggunakan keunggulan kompetitif untuk membedakan produk satu perusahaan dari produk pesaing. Hasil penelitian yang dilakukan Yulianti (2024) menyatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah adalah kondisi kinerja ketika nasabah puas dengan harapan mereka terhadap produk yang ditawarkan. Dalam praktiknya, kepuasan nasabah berbanding lurus dengan sikap menilai nasabah berdasarkan banyak dimensi, Nilai ini dapat diberikan oleh produk, layanan, atau sistem yang digunakan oleh nasabah. Setiap nasabah adalah pribadi yang unik, dengan kebutuhan dan perilaku yang berbeda-beda antara nasabah. Menurut Kotler & Keller (2012) kepuasan merupakan suatu bentuk perasaan senang atau tidak oleh pelanggan terhadap kinerja suatu produk dan harapan. psikologis sepanjang pengalaman mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Kabupaten Sumbawa adalah kabupaten di bagian barat Pulau Sumbawa, provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Pada pertengahan tahun 2024, jumlah penduduk kabupaten Sumbawa sebanyak 526.008 jiwa. Kabupaten Sumbawa berperan penting dalam pengembangan PT Bank NTB Syariah, yang merupakan Bank milik pemerintah daerah. Pemerintah Kabupaten Sumbawa memiliki 8,43% saham di Bank ini. Kabupaten Sumbawa memiliki peran strategis dalam pengembangan bisnis Bank NTB Syariah melalui berbagai aspek, seperti dukungan pemerintah daerah, potensi ekonomi lokal, dan basis masyarakat yang religius. Pemerintah Kabupaten Sumbawa mendorong kolaborasi dengan Bank NTB Syariah dalam pengelolaan keuangan daerah, termasuk penempatan dana pemerintah serta pembayaran gaji ASN melalui bank tersebut. Langkah ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah, tetapi juga memperkuat posisi Bank NTB Syariah sebagai mitra pemerintah. Selain itu, potensi ekonomi Kabupaten Sumbawa yang berbasis pada sektor pertanian, peternakan, perikanan, dan pariwisata memberikan peluang besar bagi Bank NTB Syariah untuk mengembangkan produk pembiayaan mikro dan usaha kecil menengah (UKM). Bank dapat berperan aktif dalam menyediakan modal usaha yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Basis masyarakat Sumbawa yang mayoritas Muslim juga menjadi faktor penting. Nilai-nilai syariah yang diusung Bank NTB Syariah sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga layanan bank lebih mudah diterima. Selain itu, program sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh bank dapat memperluas jangkauan layanan, termasuk melalui inovasi digital seperti *mobile banking*, guna menjangkau masyarakat pedesaan. (Herryz, 2024)

Bank NTB Syariah, penting untuk memahami tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang telah diberikan. Hal ini dikarenakan kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Selain itu, dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, Bank NTB Syariah dapat melakukan perbaikan dan pengembangan layanan yang lebih baik di masa depan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai bila penilaian pemanfaatan suatu produk atau jasa dianggap berkualitas unggul. Dalam industri perbankan, manajemen kualitas layanan yang efektif sangat penting untuk mencapai kepuasan dan kepercayaan pelanggan (David, 2022).

Berdasarkan dari masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya maka kualitas layanan pada *mobile banking* tidak semulus dengan apa yang diharapkan. Karena masih terdapat banyak kendala yang perlu di atasi oleh perusahaan itu sendiri. Sehingga peneliti merasa ingin melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pada nasabah terhadap layanan *mobile banking* syariah terutama pada Bank NTB Syariah. Dengan demikian penelitian ini berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN FITUR PRODUK *MOBILE BANKING* BANK NTB SYARIAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI KABUPATEN SUMBAWA”

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Abdullah et al., 2022). Dengan menggunakan pendekatan asosiatif-kausal adalah pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Machali 2021). Dimana variabel dalam penelitian ini menyangkut variabel independen dan dependen, variabel independen meliputi X1 kualitas layanan, X2 kemudahan transaksi, X3 fitur produk. Sedangkan variabel dependen meliputi Y kepuasan nasabah.

## Sumber dan Jenis Data

### Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari organisasi, lembaga, badan, insititusi atau perorangan dari objek data tersebut. Sedangkan data sekunder adalah data tertulis yang didapatkan secara tidak langsung melalui buku, dokumen, jurnal atau artikel yang terkait dengan topic penelitian (Abdullah et. al., 2022)

### Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk numerik atau bilangan yang berupa angka-angka atau data kualitatif yang telah diangkakan melalui proses skoring. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Machali 2021).

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Abdullah et.al 2022). Sedangkan menurut Sugiyono. (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan krakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan di atas maka populas untuk penelitian ini adalah nasabah Bank NTB Syariah di Kabupaten Sumbawa. Masyarakat kabupaten Sumbawa yang menggunakan Bank NTB Syariah

### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Abdullsh et al., 2022). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank NTB Syariah yang menggunakan *mobile banking*. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah rumus rumus lemeshow, karena jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti.

### Rumus Lemeshow

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1.96

p = Maksimal estimasin (0.5%)

d = Tingkat kesalahan (10%)

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04=97$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan adalah 97 responden. Menurut Arikunto (2014) apa bila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya. Alasan sampel diperluas menjadi 100 agar lebih mempermudah dalam melakukan perhitungan dalam analisis data statistika.

### Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (sugiyono 2017). Dengan teknik sampling *purposive* cara ini dilakukan atas dasar pertimbangan tertentu (Sahir 2022).

Adapun beberapa pertimbangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nasabah Bank NTB Syariah di Kabupaten Sumbawa yang menggunakan *mobile banking*.
2. Nasabah yang melakukan transaksi sebanyak 1 kali dalam 6 bulan terakhir

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting. Teknik pengambilan data harus benar dan sesuai dengan metode agar hasil yang diraih sesuai dengan tujuan penelitian awal yang sudah ditentukan (Sahir 2022). Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan disebar secara *offline*. Kuesioner adalah serangkaian instrument pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini menggunakan skala liker. Skala liker adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena tertentu di masyarakat (Abdulah 2022). Bentuk skala ini adalah sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skor nilai untuk skala ini sebagai berikut.

**Tabel 3.1 skor nilai**

Jawaban	Bobot
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

### Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Vionalita (2020) mendefinisikan operasional sebagai penjabaran variabel-variabel yang diteliti dalam suatu penelitian hingga menjadi bersifat operasional sehingga bisa diukur dengan alat ukur penelitian. Definisi operasional harus dapat menjelaskan arti variabel dan cara pengukuran variabel secara spesifik.

Variabel penelitian adalah apa yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian. Variabel penelitian sering digambarkan dengan X dan Y. X umumnya untuk menunjukkan variabel bebas (independen) sedangkan Y untuk menunjukkan variabel terikat (dependen). Adapun variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel independen
  - a) Kualitas layanan (X1)
  - b) Kemudahan transaksi (X2)
  - c) Fitur produk (X3)
2. Variabel dependen
  - a) Kepuasan nasabah (Y)

**Tabel 3.2 Variabel penelitian dan definisi operasional variabel**

No.	Variabel	Definisi variabel	Indicator
1.	Kualitas layanan (X1)	Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. ketika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan.	Menurut Cahyono et., al (2020) terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu: Reliabilitas ( <i>reliability</i> ) Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) Jaminan ( <i>assurance</i> ) Empati ( <i>empathy</i> ) Bukti fisik ( <i>tangibles</i> )
2.	Kemudahan transaksi (X2)	Kemudahan berarti bahwa seseorang berharap ketika menggunakan teknologi, kerjaan akan menjadi lebih efektif, termasuk kemudahan pada saat mengoperasikan suatu sistem (Rozi & Ziyad, 2019)	Indikator kemudahan menurut Jogiyanto (2019): Sangat mudah untuk dipelajari. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem. Sangat mudah dioperasikan.
3.	Fitur produk (X3)	Menurut Kotler & Amstrong (2020) Fitur merupakan sarana persaingan untuk membedakan suatu produk perusahaan dengan produk pesaing.	Indikator pengukur fitur berdasarkan yang dikemukakan oleh Poon (2015) yaitu: Akses informasi produk atau jasa yang mudah. Keberagaman layanan transaksi Keberagaman fitur Inovasi produk.
4.	Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Ismulyaty et al., 2022).	Menurut Tjiptono, (2019) indikator kepuasan nasabah terdiri dari: Kesesuaian harapan. Minat berkunjung. Bersedia merekomendasi.

**Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah tentang sebuah penelitian (Abdullah 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskripsi

#### Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank NTB Syariah adalah lembaga keuangan berbasis syariah yang beroperasi di Nusa Tenggara Barat (NTB), Indonesia. Bank ini sebelumnya dikenal sebagai Bank NTB sebelum sepenuhnya beralih menjadi bank syariah pada 13 September 2018, sebagai bentuk komitmen Pemerintah Provinsi NTB dalam mendukung perkembangan ekonomi syariah di daerah tersebut. Sebagai Bank Pembangunan Daerah (BPD), Bank NTB Syariah dimiliki oleh Pemerintah Provinsi NTB bersama pemerintah kabupaten/kota di wilayahnya. Bank ini beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan mengikuti aturan-aturan syariah dalam aspek *Muamalah Maliyah* yang diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Produk dan layanan yang ditawarkan meliputi tabungan, deposito, dan pembiayaan berbasis syariah seperti murabahah, musyarakah, dan ijarah, serta layanan teknologi modern seperti internet dan mobile banking.

Bank NTB Syariah di Nusa Tenggara Barat (NTB) mengimplementasikan strategi pemasaran yang terintegrasi untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat. Fokus utama pemasaran bank ini adalah menyediakan produk dan layanan perbankan berbasis syariah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal, seperti tabungan wadi'ah, pembiayaan musyarakah, dan deposito mudharabah. Bank NTB Syariah memanfaatkan berbagai saluran promosi, baik konvensional maupun digital, termasuk media sosial, brosur, serta program literasi keuangan syariah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perbankan syariah. Selain itu, bank ini memperkuat hubungan dengan nasabah melalui layanan yang ramah, serta program kunjungan langsung untuk mendekatkan layanan ke masyarakat pelosok. Dengan mengutamakan pendekatan yang humanis dan edukatif, Bank NTB Syariah berupaya menjadi mitra keuangan yang terpercaya di NTB sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di wilayah tersebut.

Bank NTB Syariah memiliki jaringan layanan yang luas di Kabupaten Sumbawa untuk memenuhi kebutuhan perbankan masyarakat di daerah tersebut. Bank ini mengoperasikan 1 kantor cabang utama sebagai pusat layanan dan kegiatan operasional. Selain itu, terdapat 5 kantor cabang pembantu yang tersebar di beberapa kecamatan, yaitu Sumbawa, Alas, Lape, Plampang, dan Lunyuk, guna mendekatkan layanan kepada masyarakat setempat. Untuk mempermudah berbagai transaksi keuangan, Bank NTB Syariah juga telah menyediakan 40 unit mesin ATM yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis. Dengan fasilitas yang lengkap ini, Bank NTB Syariah berkomitmen memberikan layanan perbankan berbasis syariah yang maksimal untuk masyarakat Kabupaten Sumbawa.

### Deskripsi Data

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2025 di wilayah Kabupaten Sumbawa dengan cara menyebarkan kuesioner secara *offline*. Penelitian ini berinteraksi dengan 100 responden, yang terdiri dari nasabah Bank NTB Syariah. Kuesioner yang disebarkan terdiri dari 30 pernyataan. Dimana variabel independen dalam penelitian ini meliputi Kualitas Layanan (X1) dengan 10

pernyataan, Kemudahan Transaksi (X2) dengan 6 pernyataan, dan Fitur Produk (X3) dengan 8 pernyataan, sementara itu, variabel dependen, yaitu Kepuasan Nasabah (Y), terdiri dari 6 pernyataan. Ketika bertemu dengan responden, peneliti perlu memastikan bahwa suasana nyaman dan tidak ada tekanan bagi responden untuk menjawab. Untuk kendala dalam penelitian ini adalah respon dari nasabah yang memiliki kesibukan atau kesulitan dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

### Karakteristik Responden

Karakteristik subjek dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Karakteristik responden yang telah ditetapkan dapat dideskripsikan sebagai berikut:

#### Responden Berdasarkan Identifikasi Gender

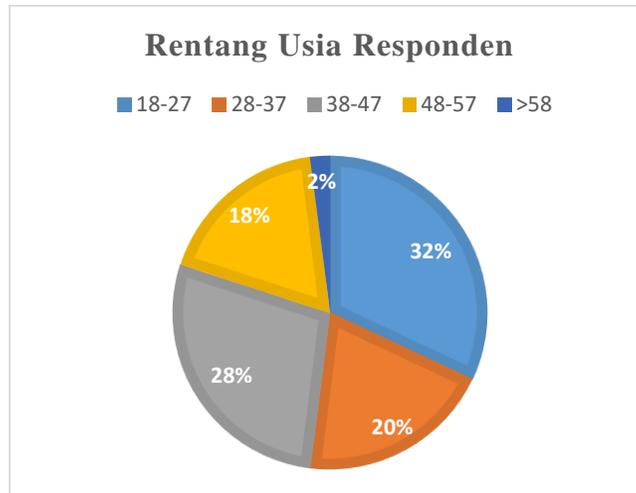


Gambar 4.1 : Responden Berdasarkan Gender

Sumber: Data primer diolah peneliti 2025

Berdasarkan gambar 4.1 tersebut yang berisi kategori jenis kelamin responden, dari 100 Aresponden dapat diketahui bahwa pengguna *mobile banking* pada nasabah Bank NTB Syariah di Kabupaten Sumbawa dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki sebanyak 32% dan perempuan sebanyak 68%. Data tersebut menunjukkan bahwa persentase perempuan lebih banyak menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank NTB Syariah daripada yang laki-laki. Dari data tersebut menunjukkan bahwa presentase perempuan lebih dominan. Hal ini dikarenakan perempuan sangat aktif dalam bertransaksi berdasarkan gaya hidup nasabah, atau juga karena mereka sering terlibat dalam pengelolaan keuangan keluarga.

#### Responden Berdasarkan Usia

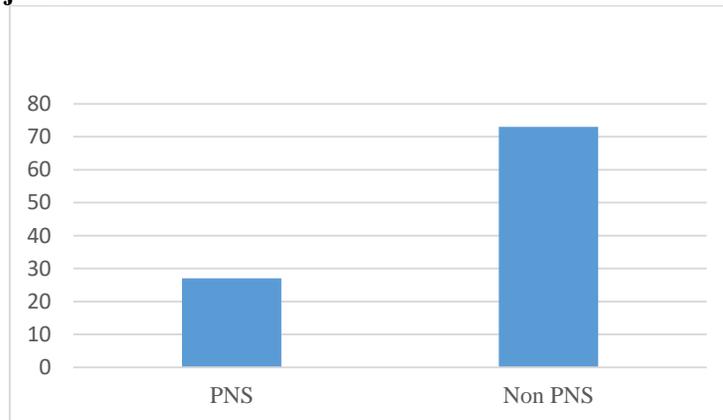


Gambar 4.2 : Responden Berdasarkan Usia  
 Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 32 orang atau 32% responden yang berusia 18-27 tahun, sebanyak 20 orang atau 20% responden yang berusia 28-37 tahun, sebanyak 28 orang atau 28% responden yang berusia 38-47 tahun, sebanyak 18 orang atau 18% responden berusia 48-57 tahun dan sebanyak 2 orang atau 2% responden berusia >58.

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia yang dominan yang menggunakan mobile banking Bank NTB Syariah adalah yang berusia 18-27 sebanyak 32 orang. Kelompok usia ini menjadi pengguna utama *mobile banking* karena mereka biasanya lebih terbuka terhadap teknologi baru dan lebih sering melakukan transaksi digital. Mereka adalah generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, sehingga lebih nyaman dan akrab dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan kelompok usia yang sedikit yang menggunakan *mobile banking* berada di usia >58 sebanyak 2 orang, Persentase terendah dalam kelompok ini menunjukkan kurangnya pengetahuan tentang teknologi di kalangan nasabah yang lebih tua. Hal ini dapat menunjukkan perlunya peningkatan edukasi serta promosi layanan yang lebih ramah pengguna untuk segmen usia ini.

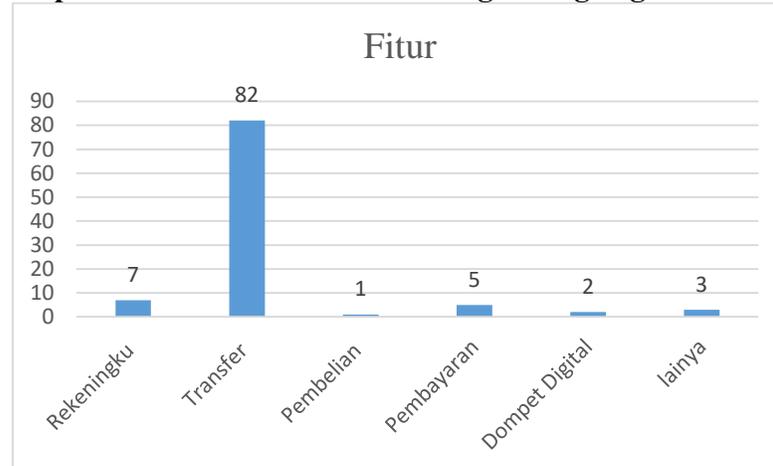
**Responden Perkerjaan**



Gambar 4.3 : Pekerjaan Responden  
 Sumber : Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan gambar 4.3 tersebut menunjukan bahwa data yang diperoleh dari 100 responden, terdapat perbedaan jumlah yang cukup signifikan antara pegawai negeri sipil (PNS). Dari keseluruhan responden, sebanyak 27 orang atau 27% yang merupakan PNS sementara mayoritas, yaitu 73 orang atau 73% tergolong Non PNS. Hal ini menunjukkan bahwa dalam sampel yang digunakan, jumlah pekerja non-PNS lebih dominan dibandingkan dengan PNS.

#### Responden Berdasarkan Fitur Yang Sering Digunakan



Sumber: Data dioalah oleh peneliti (2025)

Gambar 4.4: Fitur yang sering digunakan responden

Berdasarkan gambar 4.4 data dalam grafik, fitur produk yang paling sering digunakan oleh nasabah adalah fitur transfer, dengan jumlah pengguna sebanyak 82 orang. Hal ini menunjukkan bahwa layanan transfer menjadi kebutuhan utama bagi mayoritas nasabah. Sementara itu, fitur "Rekeningku" digunakan oleh 7 orang, diikuti oleh fitur pembelian yang hanya digunakan oleh 1 orang. Selain itu, fitur pembayaran digunakan oleh 5 orang, sedangkan dompet digital dimanfaatkan oleh 2 orang. Adapun fitur lainnya digunakan oleh 3 orang. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa fitur transfer menjadi layanan yang paling dominan, sementara fitur lainnya masih memiliki jumlah pengguna yang relatif lebih sedikit.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

##### Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai T hitung  $0,593 < T$  tabel  $1,984$  dan nilai signifikan  $0,554 > 0,05$ . Sehingga H1 yang menyatakan bahwa "Kualitas Layanan (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan rata-rata jawaban terendah pada kuesioner variabel X1 berada dipernyataan X1.3 (Nasabah dapat dengan mudah menghubungi *call center* ketika ada keluhan) dengan nilai rata-rata 3.30, dan pernyataan X1.10 (Aplikasi *mobile banking* Bank NTB Syariah memiliki tampilan yang menarik) dengan nilai 3.30. Hal ini menunjukkan bahwa aspek yang perlu mendapatkan perhatian untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah kemudahan nasabah dalam menghubungi *call center* serta membuat tampilan aplikasi *mobile banking* Bank NTB Syariah menjadi lebih menarik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah, N., at all. (2022) tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking" menunjukkan bahwa variabel

Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti, D., H. (2024) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek” hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan nasabah merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan tidak optimal, nasabah cenderung merasa ekspektasinya tidak tercapai dan tidak puas dengan pelayanan tersebut.

Dalam teori *Teori Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa penerimaan teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh dua variabel utama, yaitu *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan). Dalam konteks layanan perbankan digital atau layanan berbasis teknologi, termasuk layanan bank di Kabupaten Sumbawa, TAM relevan untuk memahami bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dapat dikaitkan dengan asumsi TAM bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan semata tetapi juga oleh faktor persepsi manfaat dan kemudahan dalam penggunaan layanan. Jika nasabah merasa layanan digital sulit digunakan atau manfaatnya tidak jelas, maka meskipun kualitas layanan baik, tingkat kepuasan tetap tidak tinggi. Ini mendukung kerangka TAM yang menekankan pentingnya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam menentukan sikap pengguna terhadap layanan berbasis teknologi. Dengan demikian, Bank perlu fokus tidak hanya pada peningkatan kualitas layanan tetapi juga memastikan bahwa layanan tersebut mudah digunakan dan memiliki manfaat yang jelas bagi nasabah untuk meningkatkan kepuasan mereka.

### **Pengaruh Kemudahan Transaksi (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai T hitung sebesar  $2.540 > T$  tabel 1,984 dan nilai signifikan  $0.013 < 0,05$ . Sehingga H2 yang menyatakan bahwa secara parsial Kemudahan Transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah di Kabupaten Sumbawa. Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah cenderung lebih puas ketika proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, hal tersebut sejalan dengan data yang diperoleh di lapangan dimana fitur yang sering digunakan oleh nasabah adalah fitur transaksi, yang berarti nasabah merasa mudah ketika melakukan transaksi menggunakan mobile banking Bank NTB Syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah, N., at all. (2022) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking” menunjukkan bahwa variabel Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Khotijah, D., at all. (2024) tentang “Pengaruh Fitur BSI Mobile Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Di BSI Kc Madiun Agus Salim” menunjukkan bahwa variabel kemudahan bertransaksi terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Madiun Agus Salim. Selanjutnya ada penelitian yang dilakukan oleh Wardaningsih, P. & Salam., A. (2024) tentang “Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus Pada KCP Sumbawa Diponegoro)” hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BSI mobile banking.

Teori Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), kemudahan transaksi dapat dikaitkan langsung dengan komponen *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan), yang merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap teknologi. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sejalan dengan konsep *Perceived Ease of Use*. Ketika nasabah merasa bahwa proses transaksi mudah dilakukan, tidak memerlukan banyak usaha, dan sistem perbankan digital intuitif, maka tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan meningkat. Ini karena pengalaman yang mudah cenderung meningkatkan kenyamanan dan memperkuat kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan.

Hal ini juga menunjukkan bahwa nasabah lebih cenderung puas apabila layanan digital yang ditawarkan memberikan pengalaman transaksi yang sederhana dan cepat. Dalam perspektif TAM, peningkatan pada *Perceived Ease of Use* tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, Bank perlu terus meningkatkan aspek kemudahan dalam layanan mereka agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Fitur Produk (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai T hitung sebesar  $4.055 > T$  tabel 1,984 dan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$ . Sehingga H3 yang menyatakan bahwa secara parsial Fitur Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap atau semakin baik fitur produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, dalam hal ini Bank NTB Syariah menawarkan fitur-fitur yang lengkap untuk meningkatkan kepuasan nasabah seperti fitur rekeningku, transfer, pembelian pulsa, pembayaran, dompet digital, pendidikan, ziswaf, fitur islam, administrasi, FAQ, lokasi kantor cabang, lokasi ATM dan fitur edukasi tentang riba yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah, N., H. (2022) “Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)” Variabel fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Khotijah, N., S., at all. (2022) tentang “Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking” menunjukkan bahwa Fitur aplikasi berdampak baik dan berarti bagi kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Amalia, P. (2022) tentang “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). Dimana hasil penelitiannya adalah fitur m-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumenep. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, I., at all. (2022) tentang “Analisis Pengaruh Penggunaan E-Banking Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Di Kecamatan Jombang” penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh fitur produk pada kepuasan nasabah.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), fitur produk atau aplikasi dapat dikaitkan dengan komponen *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan). Fitur yang lengkap dan relevan akan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengguna layanan digital, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa fitur produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sejalan dengan konsep *Perceived Usefulness*. Fitur yang bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah meningkatkan efisiensi serta memberikan pengalaman yang lebih baik dalam bertransaksi. Selain itu, fitur yang mudah diakses dan digunakan juga berkontribusi pada *Perceived Ease of Use*, yang memperkuat adopsi layanan digital tersebut. Fitur yang inovatif, *user-friendly*, dan relevan dengan kebutuhan nasabah memungkinkan mereka untuk memaksimalkan manfaat dari layanan perbankan digital. Dalam perspektif TAM, Bank yang terus mengembangkan dan mengoptimalkan fitur aplikasi berbasis teknologi dapat meningkatkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah tetapi juga mendorong loyalitas dan adopsi berkelanjutan terhadap layanan digital mereka.

### **Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa diperoleh F hitung sebesar 32.948 lebih besar dari F tabel sebesar 2.70 dengan taraf signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0.05 sebesar 0.000 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti, D., H. (2024) “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Di Jabotabek” penelitian ini menunjukkan bahwa

Hal ini didukung oleh hasil pengujian koefisien determinasi diketahui besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.507 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,507% sedangkan sisanya 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk *Mobile Banking* Bank NTB Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Sumbawa”. Maka kesimpulan yang dapat diambil ialah Sebagai Berikut:

1. Kualitas Layanan (X1) secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung  $0,593 < T$  tabel 1,984 dan nilai signifikan  $0,554 > 0,05$ . Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan nasabah merasa puas. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan tidak optimal, nasabah cenderung merasa ekspektasinya tidak tercapai dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Kemudahan Transaksi (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung sebesar  $2.540 > T$  tabel 1,984 dan nilai

signifikan  $0.013 < 0,05$ . Artinya, jika transaksi menjadi lebih mudah atau lebih baik, kepuasan nasabah akan meningkat. Dengan kata lain nasabah cenderung lebih puas ketika proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah.

3. Fitur Produk (X3) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung sebesar  $4.055 > T$  tabel 1,984 dan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$ . Artinya, semakin baik fitur produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, yang dalam penelitian ini menunjukkan bahwa fitur produk memiliki kontribusi yang penting terhadap pengalaman nasabah secara keseluruhan.
4. Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk berpengaruh secara simultan dan signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai diperoleh F hitung sebesar 32.948 lebih besar dari F tabel sebesar 2.70 dengan taraf signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0.05 sebesar 0.000. Artinya, ketiga faktor tersebut, jika dipertimbangkan secara bersama-sama (simultan), memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Artinya, tidak hanya satu faktor saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah, melainkan gabungan dari kualitas layanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk yang disediakan oleh penyedia layanan berperan secara kolektif dalam membentuk kepuasan nasabah.

### Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa pada variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Untuk itu perusahaan perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap aspek-aspek kualitas layanan yang ada. Mungkin ada bagian-bagian yang spesifik yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Dengan melakukan survey atau wawancara dengan nasabah untuk memahami lebih lanjut tentang harapan mereka terhadap layanan.

Dalam penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu kualitas layanan, kemudahan transaksi dan fitur produk. Dengan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Maka sangat diharapkan untuk peneliti selanjutnya mencari atau menambah variabel-variabel lain seperti kualitas produk, kemanfaatan dan lain sebagainya yang memiliki kontribusi yang sama untuk berhubungan dengan kepuasan nasabah itu sendiri. Dan menggunakan alat atau metode yang berbeda untuk memperkuat hasil penelitian yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., et al. (2022) Metodologi penelitian kuantitatif. Aceh
- Adela. M (2020) Pengaruh layanan m-banking terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). Skripsi 1-89
- Agustina, C., & Pranata, S., & Lukita C. (2022) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan dimensi terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan. Jurnal Digital 12 (1) 67-78
- Ahmad & Pambudi, B., S. (2013) Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, keamanan, dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang nasabah Bank dalam menggunakan internet banking (studi pada layanan internet banking BRI). J. Chem. Inf. Model 53 (9) 1689-1699.

- Akbar, R. N & Arifin, Z. & Sunarti. (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis* 30 (1) 1-8.
- Amalia, P., et al (2022) Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, 1 (1) 70-89
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta
- Astuti, Y., W. et al (2020) Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *mobile banking* Bank Syariah. *Jurnal sains pemasaran Indonesia*. XIX (3), 134-158
- Atmaja, J. (2018) Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica* 2 (1), 49-63
- Budiarno, & Udayana, I., B., N., & Lukitaningsih, A. (2022) Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi* 19 (2) 226-233
- Cahyono, A., D. (2020) Peran pengembangan manajemen kinerja.
- Erina, N. (2021) Pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu nganjuk
- Esther, D., et al (2020) Perilaku keamanan layanan keuangan seluler pengguna. Di keamanan informasi & komputer
- Gerrad, P., J., & Cunningham, B. (2014) Penyebaran perbankan internet di kalangan konsumen Singapura. *Jurnal pemasaran perbankan internasional* 21 (1), 16-28
- Guspul, A. (2014) Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada nasabah kospin jasa cabang wonosobo). *Jurnal PPK UNSIQ* 1 (3) 156-170
- Hadi, S., & Novi, N. (2015) Faktor-fakto yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking. *Optimum: Jurnal ekonomi dan pembangunan* 5 (1) 55
- Hibatullah, N., H., & Busman, S., A. (2022) Pengaruh kemudahan, kualitas layanan, fitur produk terhadap kepuasan penggunaan mobile banking livin by mandiri (studi kasus pt bank mandiri kcp Sumbawa besar). *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis* 5 (1) 1-16
- Hidayah, N., et al. (2022) Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI *mobile banking*. *Rumah jurnal* 4 (2) 139-159
- Hidayatullah, N. (2023) Pengaruh layanan mobile-banking terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Bank NTB Syariah KC Pejanggik). *Skripsi* 1-65
- Iqbal, J., et al. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2).
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022) Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalierjo). *Jurnal nisbah*, (8) 67-75
- Jogiyanto (2016) *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta
- Jogiyanto (2019) *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta.
- Khotijah, D., & Yunita R. (2024) Pengaruh fitur BSI *mobile* dan kemudahan bertransaksi terhadap kepuasan nasabah di BSI kmadiun agus salim. *Wadiah* 8 (1) 57-83

- Khotijah, S., N., & Mawardi, M., C., & Hidayati, I. (2022) Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *Islamic Economic and Finance Journal* 3 (2) 541-551
- Kotler, P. (2015). "Manajemen pemasaran". Penhalindo.
- Kotler, P. (2019). "Manajemen pemasaran". Penhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta
- Lusiaana, V. (2023) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi
- Machali, D., I., (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.
- Mahira, & Hadi, P., & Nasiti, H. (2021) Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan INDIHOME. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*. 2 1267-1283
- Marisa, D., at al. (2023) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah asuransi jiwa pada masa pandemic Covid-19 (studi kasus Pt. Asuransi jiwa syariah bumi putera cabang Medan). *EKSAYA: Jurnal ekonomi syariah*, 4 (2), 107-124
- Mowen, C., at al. (2014) *Perilaku konsumen*. Jakarta
- Murniati, M., P. & at all. (2023) *Alat-alat pengujian hipotesis*. Kota Semarang
- Pangestu, D. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. 2(2), 72–86.
- Poon, W. C. (2015). *Users' Adoption of E-Banking Services: The Malaysian Perspective*. *Journal of Business & Industrial Marketing* 23(1): 59-69
- Prasetyo, S., M., & at all. (2024) Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Buletin Ilmiah* 2 (1) 65-71
- Prihatiningrum, A., A., & Zuraidah, E. (2022) Analisis kualitas layanan aplikasi *mobile banking* pada nasabah BJB cabang tangerang menggunakan metode servqual. *Jurnal of information system research (JOSH)*. 3 (4) 367-373
- Rahmah, F., & Sutono (2024) *Layanan Mobile Banking* dalam Mewujudkan Kepuasan Nasabah BSI di Surabaya. *Open access* 1 (3) 92-112
- Rahmawati, I., et al. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Kecamatan Jombang. *JPEK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6 (2) 406-419
- Rangkuti, F. (2015) *Customer service satisfaction & call center* berdasarkan ISO. Jakarta
- Ronny, & Ilfitriah, A., M., & Nuhadi, M. (2021) Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *electronic banking*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 5 (32) 389-406
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019) Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking Bank BTN. *Jurnal sains manajemen dan kewirausahaan*. 3 (2) 92-102
- Sahir, S., H. (2022) *Metodologi Penelitian*. Medan.
- Santoso, S. (2004) *Statistik Parametrik*. Jakarta
- Sari, N., P., at al. (2018) Pengaruh customer relationship management terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank BNI 4(1), 129–137
- Smith, R. E., & Wright, W. F. (2015) *Determinats of customer loyalty financial performance*
- Sofya, N., D., & Heriwibowo, D., & Rodianto. (2020) Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa. *Jurnal Tambora* 4 (24) 41-46

- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). “Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D”. Alfabeta.
- Suhartanto (2017) *Metode riset pemasaran*. Bandung.
- Tjiptono, F. (2019) *Pemasaran jasa, karakteristik jasa, prinsip, penerapan dan penelitian*.
- Vionalita, G. (2020) *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Hipotesis Penelitian)*.
- Wardahningsih, P., & Salam, A. (2024) Pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi dan fitur produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi kasus pada kcp Sumbawa Diponegoro). *UTS Student Conference 2* (1) 336-334
- Wicaksono, S., R., (2022) *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Malang
- Yuliawan, E. (2018) Analisis pengaruh faktor kepercayaan, kemudahan, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 12 (1) 34-49
- Yuliyanti, D., H. & Masrurroh, A. (2024) Pengaruh kualitas layanan mobile banking, fitur produk aplikasi, dan, kemudahan taransaksi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking di Jabotabek.
- APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Febuari 2024. [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023)
- Bank Konvensional Lebih Banyak Digunakan di Indonesia Dibandingkan BankSyaria. Novenber2023h<https://www.kompasiana.com/amp/nurul72138/655f9c0d12d50f70707b1e22/bankkosonal-lebih-banyak-di-gunakan-di-indonesia-dibandingkan-bank-syariah>