https://journaledutech.com/index.php/great
Global Research and Innovation Journal (GREAT)
Volume 2, Nomor 2, 2026, Hal. 990-1004
ISSN: 3090-3289

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP MAKASSAR VETERAN

Irtiyah Khairiyana Asis[1], Kamaruddin[2], Hafsah Umar[3], Samsul[4], Asyraf Mustamin[5]
Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Sulawesi Selatan
E-mail: *khairiyanaasisirtiyah@gmail.com[1], dr.kamaruddin46@gmail.com[2], hafsah.umar@uin-alauddin.ac.id[3], samsul.samsul@uin-alauddin.ac.id[4], asyraf.mustamin@uin-alauddin.ac.id[5]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *Digital Banking* terhadap kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Sampel sebanyak 100 nasabah yang di ambil dengan metode *Accidental Sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. *Digital Banking* berpengaruh positif dan signifikjan terhadap Kepuasan Nasabah. Secara simultan, kualitas Layanan dan *Digital Banking* berpengaruh positif dan signfikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini memberikan dampak bahwa peningkatan kualitas layanan dan optimalisasi fitur *Digital Banking* dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci **Kualitas Layanan, *Digital Banking*, Kepuasan**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and Digital Banking on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia's Makassar Veteran Branch. This study employs a quantitative approach with an associative research design. Data collection was carried out by distributing questionnaires to customers of Bank Syariah Indonesia. The population for this study consists of customers of Bank Syariah Indonesia's Makassar Veteran Branch. A sample of 100 customers was selected using accidental sampling. Data analysis was performed using SPSS. The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Digital Banking has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and Digital Banking have a positive and significant effect on customer satisfaction. This implies that improving service quality and optimising Digital Banking features can be an effective strategy for enhancing customer satisfaction.

Keywords ***Service Quality, Digital Banking, Satisfaction***

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan pada industri perbankan, termasuk perbankan syariah di Indonesia. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) terus berupaya menghadirkan layanan yang inovatif dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam di era digital (Ayunita & Firdaus, 2024). Salah satu strategi yang dilakukan adalah peningkatan kualitas layanan serta pengembangan layanan *Digital Banking* yang memungkinkan nasabah memperoleh akses perbankan secara lebih mudah, cepat, dan efisien.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator penting keberhasilan suatu lembaga perbankan. Apabila kualitas layanan yang diterima berada di bawah harapan, pelanggan cenderung merasa tidak puas, sedangkan layanan yang sesuai atau melebihi harapan akan

meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Samiudin, 2024). Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi faktor yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah juga dapat dijelaskan melalui konsep Customer Experience Management (CEM), yang menekankan pentingnya pengelolaan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Pengalaman pelanggan tidak hanya berkaitan dengan aspek fungsional layanan, tetapi juga melibatkan aspek emosional yang dirasakan selama berinteraksi dengan perusahaan. Pengalaman yang positif, konsisten, dan memuaskan akan meningkatkan kepuasan serta memperkuat loyalitas pelanggan terhadap suatu lembaga jasa (Maros & Juniar, 2016).

Dalam konteks perbankan syariah, kualitas layanan mencakup berbagai aspek seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi tersebut berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi nasabah sehingga mampu meningkatkan kepuasan mereka. Selain kualitas layanan, perkembangan *Digital Banking* juga menjadi faktor yang semakin menentukan dalam membentuk pengalaman nasabah. Perbankan digital memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja dan di mana saja dengan tingkat efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan layanan konvensional (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024).

Konsep kualitas layanan dalam penelitian ini didasarkan pada teori Service Excellence yang menekankan pentingnya pemberian layanan terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan kepuasan serta meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan (Muhammad Supriyanto, 2019). Sejalan dengan itu, model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjelaskan bahwa kualitas layanan terbentuk dari kesenjangan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan harapan mereka terhadap layanan yang seharusnya diberikan (Sinollah & Masruro, 2019).

Peningkatan penggunaan layanan *Digital Banking* di Indonesia menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi *Digital Banking* pada Agustus 2023 mencapai Rp5.098,6 triliun, meningkat 1,3% dibandingkan bulan sebelumnya dan tumbuh 11,9% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (Bank Indonesia, 2023). Peningkatan ini mencerminkan semakin tingginya penerimaan masyarakat terhadap layanan perbankan berbasis digital. Sejalan dengan tren tersebut, BSI juga mengalami pertumbuhan signifikan pada penggunaan layanan digital melalui aplikasi *BSI Mobile*. Pada tahun 2023 jumlah pengguna *BSI Mobile* telah mencapai lebih dari lima juta pengguna, meningkat tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Setiawan et al., 2024; Katadata, 2023).

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan *Digital Banking* juga dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut (Purwanto & Budiman, 2020). Selain itu, TAM menjelaskan adanya hubungan antara keyakinan pengguna terhadap suatu sistem informasi dengan niat serta perilaku aktual dalam menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks perbankan digital, semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan nasabah, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan *Digital Banking* yang disediakan bank.

Perkembangan *Digital Banking* sejalan dengan pertumbuhan industri perbankan syariah di Indonesia yang didukung oleh regulasi pemerintah, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Selain menyediakan berbagai produk dan layanan berbasis prinsip syariah, perbankan syariah juga berperan dalam mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dalam perspektif Islam, kualitas layanan yang baik juga sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 267 yang mengajarkan pentingnya memberikan sesuatu yang terbaik dan berkualitas dalam setiap aktivitas muamalah.

Peningkatan penggunaan layanan digital perbankan juga menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen dalam memanfaatkan jasa keuangan. Perilaku konsumen mencakup proses pencarian, pemilihan, penggunaan, hingga evaluasi terhadap suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Sunyoto & Saksono, 2022). Pemahaman terhadap perilaku

konsumen menjadi penting bagi perbankan karena dapat membantu dalam merancang layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah di era digital (Ningsih Rahayu, 2015; Siregar, 2023).

Sebagai salah satu pusat ekonomi di kawasan Indonesia Timur, Kota Makassar memiliki potensi pasar yang besar bagi perkembangan perbankan syariah. Pertumbuhan jumlah nasabah BSI KCP Makassar Veteran menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Jumlah nasabah meningkat dari 15.255 nasabah pada tahun 2022 menjadi 15.981 nasabah pada tahun 2023 dan mencapai 16.357 nasabah pada tahun 2024 (L. Belakang et al., 2023). Peningkatan tersebut menunjukkan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan oleh BSI.

Meskipun demikian, hasil observasi awal menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah. Beberapa nasabah mengeluhkan gangguan layanan digital, lambatnya respons dalam penanganan masalah, serta pemeliharaan sistem yang dinilai belum optimal. Selain itu, sebagian nasabah masih mengalami kesulitan dalam mengakses layanan *Digital Banking* dan memiliki kekhawatiran terkait keamanan transaksi yang dilakukan melalui platform digital (Asis, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan optimalisasi *Digital Banking* masih menjadi tantangan yang perlu mendapat perhatian serius.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, *Digital Banking*, dan kepuasan nasabah. Rahman (2022) menemukan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Wiyaldo et al. (2024) juga menunjukkan bahwa *Digital Banking* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, Jannah et al. (2020) menemukan bahwa aspek accuracy, speed, dan security pada layanan *Digital Banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, penelitian tersebut cenderung berfokus pada aspek *Digital Banking* atau kualitas layanan secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan pada konteks BSI KCP Makassar Veteran.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan *Digital Banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan literatur mengenai perilaku nasabah perbankan syariah serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak bank dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan penguatan layanan digital guna meningkatkan kepuasan nasabah.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan *Digital Banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui data numerik yang diperoleh dari responden (Sugiyono, 2020). Pendekatan asosiatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Rusiadi et al., 2016).

Penelitian dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran yang berlokasi di Jalan Veteran Utara No. 295B, Maricaya Baru, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Populasi penelitian terdiri atas seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran yang berjumlah 8.557 orang. Sampel ditentukan menggunakan teknik accidental sampling, yaitu responden yang secara kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi kriteria sebagai nasabah bank. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran yang menggunakan layanan *Digital Banking*. Berdasarkan karakteristik demografis, responden terdiri atas 55% laki-laki dan 45% perempuan. Dari segi usia, mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif, yaitu 31–40 tahun sebesar 37% dan 20–30 tahun sebesar

35%, sedangkan responden berusia di atas 40 tahun sebesar 26% dan di bawah 20 tahun sebesar 2%. Berdasarkan jenis pekerjaan, responden didominasi oleh karyawan swasta sebesar 24%, diikuti wiraswasta dan kategori pekerjaan lainnya masing-masing sebesar 22%, pelajar atau mahasiswa sebesar 19%, serta pegawai negeri sipil (PNS) sebesar 11%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa sampel penelitian berasal dari berbagai latar belakang demografis dan profesi yang merepresentasikan pengguna layanan perbankan serta *Digital Banking* pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner dan observasi. Kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi responden terhadap kualitas layanan, *Digital Banking*, dan kepuasan nasabah (Cahyo et al., 2019). Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Juliandi et al., 2014). Variabel kualitas layanan diukur melalui indikator *reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan tangible. Variabel *Digital Banking* diukur berdasarkan kecepatan transaksi, aksesibilitas, efisiensi, akurasi informasi, dan reliabilitas sistem. Sementara itu, kepuasan nasabah diukur melalui indikator perasaan puas, pembelian ulang, rekomendasi kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan setelah menggunakan layanan.

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian (Ghozali, 2016; Sugiyono, 2020). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk menguji pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepuasan nasabah (Ghozali, 2016; Rahmawati & Illiyin, 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Kualitas Data

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel (df=N-2=98)	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,481792	0,195	Valid
	X1.2	0,641203	0,195	Valid
	X1.3	0,499801	0,195	Valid
	X1.4	0,489887	0,195	Valid
	X1.5	0,516741	0,195	Valid
	X1.6	0,448722	0,195	Valid
	X1.7	0,476401	0,195	Valid
Digital Banking (X2)	X2.1	0,700254	0,195	Valid
	X2.2	0,512683	0,195	Valid
	X2.3	0,653635	0,195	Valid
	X2.4	0,572521	0,195	Valid
	X2.5	0,661617	0,195	Valid
	X2.6	0,527897	0,195	Valid
	X2.7	0,542146	0,195	Valid
	X2.8	0,436653	0,195	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,612754	0,195	Valid
	Y.2	0,517161	0,195	Valid

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel (df=N-2=98)	Keterangan
	Y.3	0,610464	0,195	Valid
	Y.4	0,446885	0,195	Valid
	Y.5	0,532075	0,195	Valid
	Y.6	0,520296	0,195	Valid
	Y.7	0,44318	0,195	Valid

Tabel 1. Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X1), Digital Banking (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dibandingkan r-tabel sebesar 0,195 pada tingkat signifikansi 5%. Nilai r-hitung pada variabel Kualitas Layanan berkisar antara 0,449–0,641, pada variabel Digital Banking antara 0,437–0,700, dan pada variabel Kepuasan Nasabah antara 0,443–0,613. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian karena mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Layanan (X1)	0,733	Reliabel
2.	*Digital Banking* (X2)	0,767	Reliabel
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,777	Reliabel

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,60. Variabel Kualitas Layanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,733, variabel Digital Banking sebesar 0,767, dan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,777. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan digunakan pada tahap analisis selanjutnya. Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel. Oleh karena itu, instrumen penelitian telah memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam analisis data dan pengujian hipotesis.

3.2 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,23598526
Most Extreme Differences	Absolute	,043
	Positive	,033
	Negative	-,043
Test Statistic		,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

a Test distribution is Normal
b Calculated from data
c Lilliefors Significance Correction
d This is a lower bound of the true significance

Tabel 3. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual dalam model regresi dapat dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,313	2,599		2,429	,017		
	KUALITAS LAYANAN	,204	,096	,182	2,119	,037	,710	1,409
	DIGITAL BANKING	,508	,074	,586	6,824	,000	,710	1,409

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model penelitian. Oleh karena itu, model regresi dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,544	1,532		,356	,723
	KUALITAS LAYANAN	,001	,057	,001	,012	,991
	DIGITAL BANKING	,038	,044	,105	,877	,383

a. Dependent Variable: ABS_RES

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,991, sedangkan variabel Digital Banking memiliki nilai signifikansi sebesar 0,383. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa varians residual bersifat homogen. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Secara keseluruhan, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, bebas dari multikolinearitas, dan tidak mengalami heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinilai layak untuk digunakan pada tahap pengujian hipotesis.

3.3 Pengujian Hipotesis

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,701[a]	,492	,481	2,259

a Predictors: (Constant), *Digital Banking*, Kualitas Layanan
b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,481 dan nilai R Square sebesar 0,492. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Digital Banking mampu menjelaskan variasi Kepuasan Nasabah sebesar 49,2%, sedangkan sisanya sebesar 50,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, kedua variabel independen memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Correlations		Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	,498**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,498**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 7. Uji Koefisien Kolerasi (R)

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan Kepuasan Nasabah. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,498 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah. Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018), nilai tersebut berada pada kategori hubungan sedang menuju kuat.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	479,197	2	239,598	46,955	,000[b]
	Residual	494,963	97	5,103		
	Total	974,160	99			

Tabel 8. Uji F (Simultan)

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Nilai Fhitung sebesar 46,955 lebih besar dibandingkan Ftabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Digital Banking secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kedua ndepend ndependent secara simultan memengaruhi Kepuasan Nasabah dapat diterima.

Penerapan standar kualitas ini harus selaras dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar operasional bank, sehingga tidak hanya mampu memenuhi ekspektasi fungsional nasabah, tetapi juga memberikan keyakinan bahwa setiap layanan yang diterima telah sesuai dengan tuntunan etika dan hukum Islam. Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah dalam jangka pendek, tetapi juga mendorong terciptanya loyalitas jangka panjang serta memperkuat citra positif Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga keuangan yang profesional, kompetitif, dan berintegritas.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,313	2,599		2,429	,017
	KUALITAS LAYANAN	,204	,096	,182	2,119	,037
	DIGITAL BANKING	,508	,074	,586	6,824	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel 9. Uji T (Parsial)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai thitung sebesar 2,119 dengan tingkat signifikansi 0,037. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah. Sementara itu, variabel Digital Banking memperoleh nilai thitung sebesar 6,824 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa Digital Banking juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dibandingkan dengan Kualitas Layanan, variabel Digital Banking memiliki nilai koefisien beta yang lebih besar (β = 0,586), sehingga dapat dikatakan sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Digital Banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas interaksi layanan serta optimalisasi layanan perbankan digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

3.4 Analisi Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,313	2,599		2,429	,017
	KUALITAS LAYANAN	,204	,096	,182	2,119	,037
	DIGITAL BANKING	,508	,074	,586	6,824	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Tabel 10. Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 6{,}313 + 0{,}204X_1 + 0{,}508X_2 + e}$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X_1) dan Digital Banking (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Nilai konstanta sebesar 6,313 mengindikasikan bahwa ketika variabel independen dianggap konstan, tingkat Kepuasan Nasabah memiliki nilai dasar sebesar 6,313. Koefisien regresi Kualitas Layanan sebesar 0,204 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas layanan akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,204 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, koefisien regresi Digital Banking sebesar 0,508 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Digital Banking akan meningkatkan Kepuasan Nasabah sebesar 0,508 satuan.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kedua yariah yariahent berkontribusi positif terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah. Namun, Digital Banking memiliki koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan Kualitas Layanan, yang menunjukkan bahwa layanan perbankan digital memberikan pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Temuan ini mengisyaratkan bahwa kemudahan akses layanan, kecepatan transaksi, fleksibilitas penggunaan, serta keandalan yaria digital menjadi faktor penting yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan yariah.

3.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara offline kepada para responden Nasabah Bank Syariah KCP Makassar Veteran. Kemudian peneliti melakukan pengolahan data lebih lanjut dari hasil jawaban yang diberikan responden. Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara singkat disajikan sebagai berikut:

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	Kualitas Layanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Diterima
H2	*Digital Banking* berpengauh terhadap Kepuasan Nasabah	Diterima
H3	Kualitas Layanan dan *Digital Banking* Berpengaruh Simultan terhadap Kepuasan Nasabah	Diterima

Tabel 11. Hasil Uji Data Penelitian

3.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji T Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di peroleh t-hitung sebesar 2,119 > dari t-tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikan 0,037 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa H1 diterima yang artinya Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Service Quality (SERVQUAL) yang ditemukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui tangible, reliability, Responsiveness, assurance, dan empathy.

Menurut temuan penelitian, aspek *reliability* (kehandalan) menunjukkan bahwa pelanggan menilai staf Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran dapat memberikan layanan yang sesuai dengan komitmen, seperti ketepatan waktu dalam transaksi, ketepatan informasi rekening, dan kecepatan dalam pengolahan administrasi. Responden berpendapat bahwa kegiatan seperti setoran, penarikan, dan pembukaan rekening jarang mengalami kesalahan dan biasanya terselesaikan sesuai jadwal. Hal ini menunjukkan bahwa sistem dan kinerja karyawan berfungsi dengan baik, sehingga memperkuat kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas layanan perbankan.

Selain itu, dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) terbukti sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Karyawan Bank Syariah Indonesia dianggap tanggap dalam memberikan bantuan dan mengatasi keluhan, khususnya yang berkaitan dengan layanan digital seperti *BSI Mobile*. Walaupun beberapa responden mengamati adanya keterlambatan dalam menanggapi pertanyaan saat ramai, tanggapan karyawan secara keseluruhan dinilai memuaskan dan menunjukkan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Pada dimensi *assurance* (jaminan), hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa tenang dan percaya pada produk serta layanan Bank Syariah Indonesia, khususnya dalam hal perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi digital. Sikap ramah, sopan, serta profesionalisme pegawai semakin meningkatkan kepercayaan ini dan memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

Sementara itu, dimensi *empathy* (empati), dimensi ini terlihat dalam kemampuan staf dalam memberikan layanan yang bersifat pribadi dan berkomunikasi dengan klien secara jelas. Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran terkenal karena sikap ramah, kemampuan berkomunikasi, dan pemahaman mereka terhadap keperluan nasabah, terutama bagi mereka yang memerlukan penjelasan rinci mengenai akad dan produk Syariah. Ini menekankan penerapan prinsip layanan unggul oleh perusahaan, yang tidak hanya menekankan efisiensi tetapi juga pada nilai-nilai layanan Islami.

Adapun dimensi tangible (bukti fisik) terlihat pada kebersihan dan kenyamanan area tunggu, ketersediaan fasilitas, serta penampilan pegawai yang teratur dan profesional. Fasilitas seperti mesin ATM, ruang pelayanan, dan penerapan teknologi untuk transaksi digital juga dianggap penting oleh pelanggan demi mendapatkan pengalaman layanan yang modern dan dapat diandalkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung teori SERVQUAL yang diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988. Teori ini menyatakan bahwa lima dimensi tersebut adalah indikator paling penting dari persepsi terhadap kualitas layanan. Ketika semua dimensi berfungsi secara harmonis untuk menyajikan layanan yang dapat diandalkan, responsif, meyakinkan, dan menunjukkan empati, serta didukung oleh fasilitas yang cukup, tingkat kepuasan nasabah meningkat dengan signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga melibatkan elemen psikologis dan emosional dari pengalaman nasabah saat berinteraksi dengan bank. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran perlu secara konsisten mengimplementasikan lima dimensi SERVQUAL tersebut untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah di masa yang akan datang.

Temuan ini juga selaras dengan studi sebelumnya yang telah disebutkan dalam kajian literatur. Sebagai contoh, studi yang dilakukan oleh Yuniarti (2020) menunjukkan bahwa mutu layanan bank syariah memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam hal keandalan dan keamanan layanan. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Rachmawati (2021) yang menekankan bahwa aspek empati dan kepercayaan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan bagi nasabah. Kesamaan hasil ini memperkuat pendapat bahwa mutu pelayanan bukan hanya faktor pendukung, tetapi juga elemen utama dalam mencapai kepuasan nasabah di institusi perbankan Islam.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa penyediaan layanan dengan kualitas yang tinggi merupakan syarat utama dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas layanan tidak hanya sekadar menjadi faktor pendukung, melainkan merupakan elemen strategis yang menentukan keberhasilan suatu lembaga perbankan, termasuk Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Dengan demikian, manajemen perlu memastikan bahwa seluruh aspek pelayanan, baik yang bersifat langsung berhadapan dengan nasabah (*front office*) maupun yang berlangsung di balik sistem operasional (*back office*), dilaksanakan secara konsisten sesuai dengan standar pelayanan terbaik.

3.5.2 Pengaruh Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji t pengaruh variabel Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh t-hitung sebesar 6,824 > dari t-tabel yaitu 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya Digital Banking (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan Digital Banking yang di berikan oleh bank, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Hasil ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang ditemukan oleh (Davis, 1989) dimana penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefullness (manfaat yang dirasakan) dan perceived ease of use

(kemudahan penggunaan). Dalam konteks penelitian ini, Digital Banking dianggap bermanfaat karena mampu mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara cepat, efisien, dan dapat diakses kapan saja.

Pengenalan perbankan digital di Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran terlihat dari berbagai inovasi layanan yang berbasis teknologi, yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi. Salah satu yang menonjol adalah aplikasi *BSI Mobile*, platform digital utama bank ini, yang menyediakan berbagai fitur seperti pembukaan rekening secara online, transfer antar bank, pembayaran tagihan, pengisian ulang *e-wallet*, serta layanan zakat dan sedekah dalam format digital. Sebagian besar pelanggan merasa aplikasi ini mudah digunakan dan memberikan kenyamanan, memungkinkan transaksi dilakukan dengan cepat dan efisien, sehingga bisa memenuhi tuntutan masyarakat masa kini. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga menawarkan layanan perbankan melalui internet dan formulir daring, yang memungkinkan baik nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mengakses informasi dan melaksanakan berbagai transaksi secara mandiri melalui situs resmi tanpa harus mengunjungi cabang secara langsung.

Implementasi layanan digital semakin diperkuat dengan tersedianya ATM dan Mesin Daur Ulang Uang Tunai (CRM), yang memungkinkan nasabah untuk menyetor dan menarik uang tunai dengan mudah, serta memeriksa saldo rekening. Lebih lanjut, Bank Syariah Indonesia memperluas layanannya melalui integrasi dengan berbagai platform e-commerce dan pembayaran digital seperti Shopee, Tokopedia, Grab, dan Gojek, yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi secara fleksibel dan sejalan dengan gaya hidup digital masa kini. Untuk menjamin kenyamanan dan kepercayaan pengguna, Bank Syariah Indonesia menerapkan sistem keamanan berlapis dengan kata sandi sekali pakai (OTP), login biometrik, dan verifikasi dua langkah untuk menjamin keamanan setiap transaksi.

Semua inovasi ini menekankan keseriusan Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran dalam menawarkan layanan digital yang canggih, cepat, dan aman sambil tetap mematuhi prinsip Syariah. Langkah ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi, tetapi juga memperkuat rasa percaya dan kepuasan nasabah terhadap reputasi BSI sebagai bank Syariah yang mampu beradaptasi dengan kemajuan perbankan digital.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya juga menguatkan hasil ini. Sebuah riset yang diteliti oleh Arifin (2019) menunjukkan bahwa adopsi layanan perbankan digital meningkatkan kepuasan pelanggan di bank syariah, terutama melalui fitur-fitur perbankan seluler yang ramah digunakan. Hasil yang sama ditemukan oleh Sari (2021) yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan bertambah ketika aplikasi perbankan digital menawarkan layanan transaksi yang aman, cepat, dan mudah digunakan. Dengan demikian, semakin berkualitas layanan perbankan digital yang diberikan, semakin besar tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan indikator perbankan digital, ada lima elemen utama yang menjadi patokan untuk mengukur kepuasan pelanggan: kecepatan transaksi, kemudahan akses, efisiensi, ketepatan informasi, dan keandalan sistem. Dalam hal kecepatan transaksi, pelanggan merasa bahwa proses di *BSI Mobile* berjalan cepat dan jarang mengalami masalah, sehingga memberikan kenyamanan serta menghemat waktu. Kemudahan akses juga merupakan fitur penting, karena *BSI Mobile* dapat dioperasikan kapan saja dan di mana saja, sangat membantu nasabah muda dan profesional di Makassar yang memerlukan fleksibilitas tinggi saat bertransaksi. Selain itu, efisiensi terlihat dari berkurangnya ketergantungan terhadap layanan cabang, karena semua transaksi perbankan kini bisa dilakukan sendiri tanpa terikat jam kerja, sehingga pada akhirnya mengurangi waktu dan biaya yang dikeluarkan oleh nasabah.

Aspek berikutnya adalah ketepatan informasi. Data seperti jumlah saldo, pergerakan rekening, dan catatan transaksi ditampilkan dengan rinci dan langsung, yang meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap keandalan sistem BSI. Mengenai stabilitas sistem, sebagian besar responden menilai Aplikasi Seluler BSI cukup handal dan jarang mengalami masalah besar. Namun, beberapa responden melaporkan adanya keterlambatan dalam notifikasi atau kesalahan sementara saat proses pembaruan sistem.

Berdasarkan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, lima dimensi dalam perbankan digital saling mendukung dalam dua aspek utama: persepsi manfaat dan persepsi kemudahan. Kecepatan, efisiensi, dan akurasi memperkuat persepsi manfaat, karena pelanggan merasakan keuntungan nyata seperti penghematan waktu, biaya yang lebih sedikit, dan keakuratan informasi; sementara aksesibilitas dan keandalan mendukung persepsi kemudahan, karena layanan dapat diakses secara luas dan berfungsi dengan baik. Ketika kedua persepsi ini terpenuhi, penerimaan terhadap teknologi menjadi lebih tinggi, yang berujung pada tingkat kepuasan yang lebih baik. Dengan demikian, pengintegrasian lima dimensi perbankan digital ini menunjukkan bahwa penerapan layanan digital Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran sangat penting dalam menciptakan pengalaman perbankan yang efisien, modern, dan memuaskan bagi para nasabah. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh (Aliya et al., 2021) menunjukkan bahwa *Digital Banking* tidak memiliki efek yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana yang menjadi objek penelitiannya adalah Bank BCA syariah KCP Kranji sementara variabel lain seperti *Service, Easiness, Comfort* yang memiliki pengaruh signifikan.

Memaksimalkan penggunaan aplikasi *BSI Mobile* dalam kerangka Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan rasa puas nasabah. Keberhasilan sebuah layanan digital tidak hanya dinilai dari aspek teknologi yang dimilikinya, tetapi juga seberapa efektif sistem tersebut dalam memenuhi kebutuhan nyata pelanggan yang kian mengharapkan layanan yang cepat, nyaman, dan sesuai dengan prinsip Syariah.

3.5.3 Kualitas Layanan dan Digital Banking Berpengaruh Simultan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 46,955 yang jauh lebih besar dari F tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,492, yang berarti bahwa 49,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan Digital Banking secara bersama-sama. Sisanya, sebesar 54,1%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu layanan di BSI KCP Makassar Veteran ditentukan oleh sikap ramah, keandalan staf, serta kemampuan untuk memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan. Layanan tatap muka yang cepat dan komunikatif membantu membangun kepercayaan, terutama di kalangan pelanggan yang lebih nyaman dengan interaksi langsung. Layanan perbankan digital seperti *BSI Mobile* dan *Internet Banking* memberikan akses terhadap layanan tanpa Batasan waktu atau tempat, memenuhi permintaan nasabah modern yang memerlukan efisiensi dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Dengan mengintegrasikan kedua jenis layanan ini, BSI tidak hanya berhasil menjaga hubungan pribadi melalui pendekatan tradisional, tetapi juga responsif terhadap kemajuan teknologi yang sejalan dengan fundamental perbankan syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih melihat interaksi layanan tatap muka sebagai faktor penting untuk membangun rasa aman dan kepercayaan kepada lembaga tersebut. Akan tetapi, mereka juga memanfaatkan layanan digital untuk aktivitas sehari-hari seperti pengiriman uang, pembayaran, dan pengisian ulang dompet elektronik. Ini mencerminkan adanya kolaborasi yang saling menguatkan antara layanan langsung dan teknologi (layanan digital). Profesionalisme para staf layanan berperan penting dalam menjaga kepercayaan terhadap keamanan sistem digital, sedangkan pengalaman baik para nasabah dengan layanan digital turut memperkuat reputasi BSI sebagai bank syariah yang modern, efisien, dan terpercaya.

Studi ini mengindikasikan bahwa perpaduan antara mutu layanan dan perbankan digital dapat memberikan tingkat kepuasan nasabah yang lebih baik dibandingkan dengan hanya menerapkan salah satu dari keduanya. Layanan tradisional yang bersahabat, komunikatif, dan mengikuti prinsip Syariah mampu menjalin hubungan emosional serta kepercayaan, sementara layanan digital menyediakan kemudahan, kecepatan, dan efektivitas yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Kolaborasi antara kedua pendekatan ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran berhasil mengintegrasikan nilai-nilai layanan

Islami dengan teknologi modern, menciptakan pengalaman perbankan yang menyeluruh dan memuaskan bagi para nasabah.

Secara teori, hal ini sejalan dengan konsep *Customer Experience Management* (CEM) yang menekankan bahwa pengalaman pelanggan mencakup aspek emosional dan fungsional yang harus dikelola secara holistik. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan yang memuaskan bagi pelanggan harus mampu mengintegrasikan elemen personal (interaksi antar manusia) dan elemen teknologi (layanan digital). Jika hanya mengandalkan mutu pelayanan tanpa memanfaatkan dukungan perbankan digital, nasabah cenderung merasa terbatas. Sebaliknya, layanan digital yang optimal tanpa di dukung interaksi personal yang baik juga berpotensi menimbulkan ketidakpuasan.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian terdahulu. Temuan dari studi yang dikerjakan oleh Hidayat (2020) mengungkapkan bahwa perpaduan antara mutu layanan dan layanan berbasis digital memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bank syariah. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Fitriani (2021) yang mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan yang paling tinggi muncul ketika layanan konvensional dan digital berkolaborasi dengan baik. Dampak nyata dari temuan ini adalah kebutuhan akan pendekatan layanan yang menyeluruh (*omni-channel*) di Bank Syariah Indonesia. Artinya, lembaga keuangan perlu terus menjaga kualitas pelayanan di lokasi fisiknya sekaligus memastikan bahwa layanan digital tetap terbaru, aman, dan *user-friendly*. Menggabungkan keduanya akan memberikan pelanggan pengalaman pelayanan yang lebih lengkap.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara keseluruhan, dapat dipahami bahwa kualitas layanan dan *Digital Banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh layanan tatap muka secara langsung, seperti keramahan, ketepatan, serta keandalan petugas bank, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan berbasis digital yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara cepat, aman, dan efisien. Dengan kata lain, peningkatan kepuasan nasabah akan tercapai apabila Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran mampu mengoptimalkan kedua aspek layanan tersebut secara bersamaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan *Digital Banking* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji t, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, fitur layanan yang mudah diakses, aman, dan cepat mampu memberikan kenyamanan lebih kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel *Digital Banking* memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Layanan perbankan digital memudahkan pelanggan dalam melakukan berbagai aktivitas finansial tanpa perlu datang ke kantor cabang. Kemudahan transaksi, kecepatan dalam pemrosesan, keamanan sistem, serta fleksibilitas waktu merupakan elemen utama yang membentuk kepuasan nasabah. Selain itu, berdasarkan hasil analisis menggunakan uji F (simultan), kualitas layanan dan *Digital Banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa sinergi antara layanan konvensional dan layanan berbasis teknologi digital mampu menciptakan pengalaman perbankan yang lebih baik dan menyeluruh bagi nasabah. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh optimalisasi layanan digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, nasabah diharapkan lebih aktif dalam memanfaatkan layanan *Digital Banking* yang telah disediakan oleh bank. Pemanfaatan layanan tersebut dapat membantu menghemat waktu, meningkatkan efisiensi transaksi, serta memberikan pengalaman perbankan yang lebih nyaman dan praktis dalam memenuhi berbagai kebutuhan finansial. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengkaji topik serupa, disarankan

untuk menambahkan variabel lain agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih komprehensif. Selain itu, perluasan objek penelitian pada cabang Bank Syariah Indonesia lainnya atau pada lembaga perbankan syariah yang berbeda juga penting dilakukan guna memperoleh perbandingan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah. Sementara itu, bagi stakeholders, khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas layanan dan aplikasi *Digital Banking*. Upaya perbaikan dapat difokuskan pada peningkatan kinerja sistem serta penyediaan aplikasi yang sederhana, ramah pengguna, dan mudah diakses oleh seluruh kelompok usia. Dengan demikian, bank diharapkan mampu menjaga tingkat kepuasan nasabah sekaligus memperkuat daya saing di tengah perkembangan industri perbankan digital yang semakin pesat.

5. DAFTAR PUSTAKA

Asis, I. khairiyana. (2025). Hasil observasi awal.

Ayunita, & Firdaus, R. (2024). Peran Sistem Perbankan Syariah Indonesia Dalam Mendorong Pertumbuhan The Role of Indonesia's Sharia Banking System in Driving Economic and Business Growth in the Digital Era. Ndekia, 1(4), 918–926.

Belakang, L., Bsi, M., Nasabah, J., Dilihat, B., & Hingga, B. B. S. I. (2023). Jumlah Nasabah Bsi 2021-2023.

Cahyo, K. N., Martini, & Riana, E. (2019). Perancangan sistem informasi pengelolaan kuesioner pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika. Journal of Information System Research (JOSH), 1(1), 45–53.

Ferozi Ramdana Irsyad, Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, & Hasyim Hasyim. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi di Indonesia. Transformasi: Journal of Economics and Business Management, 3(2), 29–46. https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1594

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Universitas Diponegoro.

Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh Kualitas *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh. JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance., 2(1), 1. https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8576

Juliandi, A., Manurung, S., & Irfan. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis (fahrizal zulkarnain (ed.)).

Maros, H., & Juniar, S. (2016). Pengaruh sosial media marketing terhadap kinerja bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Jurnal Akuntansi, 1–23.

Muhammad Supriyanto. (2019). Service Excellence, Dampak Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan, 3(1), 16–22. https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v3i1.462

Ningsih Rahayu, E. (2015). Perilaku Konsumen.

Rahmawati, I., & Illiyin, R. (2021). Top Smartphone Di. 10(1), 103–112.

Samiudin, A. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah *BSI Mobile*. Al-Qashdu: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 4(1), 29. https://doi.org/10.46339/al-qashdu.v4i1.1318

Setiawan, S., Dicky, A., & Hellyani, C. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Indonesia. Prosiding Seminar Nasional …, 3(6), 6680–6687.

Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). Jurnal Dialektika, 4(1), 45–64.

Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E- commerce. Indonesian Journal of Computer Science, 12(6). https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483

Sugiyono. (2020). Pdf-Metode-Penelitian-Kuantitatif-Kualitatif-Dan-Rampampd-Sugiyono-2020_Compress.Pdf.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RAD (Edisi 2). Alfabeta.

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. Eureka Media Aksara, November 2022 Anggota Ikapi Jawa Tengah, 212.

Wiyaldo, Aravik, H., & Fadilla. (2024). Pengaruh *Digital Banking* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12. 3(3).