

PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL

(Studi Kasus: Mahasiswa Pariwisata Syariah UIN Sjech M.Djamil Djambek
Bukittinggi)

Gusnita Merdekawati Pertiwi¹⁾, Khadijah Nurani²⁾

gusnita1905@gmail.com¹⁾, khadijahnurani@uinbukittinggi.ac.id²⁾

^{1),2)}Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah minimnya pengetahuan dari mahasiswa mengenai fitur web, Adanya hambatan aksesibilitas dengan koneksi jaringan internet yang kurang memadai, dan adanya rasa khawatir/takut terkait keamanan data pribadinya mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari digitalisasi perbankan terhadap kepuasan nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif murni dengan bantuan SPSS 26 dalam pengolahan data untuk mempermudah penulis dalam menghasilkan data. Penelitian ini menggunakan Data Primer dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji t, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien determinasi. Dari hasil penelitian diperoleh hasil t hitung lebih besar dari t table ($9,981 > 1,65666$) dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 di tolak artinya bahwa variable digitalisasi perbankan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di peroleh R square sebesar 43,4% artinya besarnya kemampuan variable digitalisasi perbankan dalam menjelaskan variable kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank hanya mampu sebesar 43,4% sedangkan 56,6% dipengaruhi oleh variable diluar penelitian.

Kata Kunci: Digitalisasi Perbankan, Kepuasan Nasabah, Layanan Digital.

ABSTRACT

The background of this study is the lack of knowledge of students regarding web features, accessibility barriers with inadequate internet network connections, and a sense of worry/fear regarding the security of students' personal data. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of banking digitalization on customer satisfaction. The method used in this study is a pure Quantitative method with the help of SPSS 26 in data processing to make it easier for the author to produce data. This study uses Primary Data with data collection techniques, namely interviews, questionnaires and documentation. While the data analysis techniques used in this study are the t test, simple linear regression analysis, and determination

coefficient analysis. From the results of the study, the calculated results are greater than the t table ($3.401 > 1.99714$) with a significance value of 0.001. The significance value is less than 0.05, so H_0 is rejected, meaning that the banking digitalization variable (X) has a positive and significant effect on customer satisfaction of digital bank service users (Y). Based on the results of the determination coefficient test, the R square was obtained at 15.1%, meaning that the magnitude of the ability of the banking digitalization variable in explaining the customer satisfaction variable of digital bank service users was only 15.1%, while 84.9% was influenced by variables outside the study.

Keywords: *Banking Digitalization, Customer Satisfaction, Digital Services.*

PENDAHULUAN

Pada zaman yang modern saat ini dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan dampak yang baik dan signifikan terhadap banyak sector, terutama pada sector perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi ini segala sesuatu dapat dilakukan secara mudah dan praktis. Salah satu dampak perkembangan teknologi yakni terjadinya digitalisasi yaitu perubahan alih media dari analog ke digital. Digitalisasi telah mengubah hampir semua sendi kehidupan dan kebutuhan yang dapat terlayani dan terakses dalam satu genggaman sehingga masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari lebih mudah dan praktis. (Asti & Widhi et al., 2018)

Kemajuan teknologi inilah yang mengharuskan sektor ekonomi mengikuti perkembangan teknologi dan terus meningkatkan kemampuannya. Saat ini sektor ekonomi menjadi salah satu sektor yang sangat penting dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.

Dengan terus berkembangnya teknologi hal ini menggiring dunia perbankan untuk mengikuti dan melakukan digitalisasi dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga keuangan. Teknologi di bidang perbankan dimanfaatkan dalam proses pemasaran, promosi, sampai dengan alat bantu transaksi yang berbasis teknologi.

Pengusaha di bidang perbankan telah bekerja keras untuk saling bersaing dalam mengembangkan produk layanan mereka yang berbasis teknologi. Kemajuan teknologi yang dilakukan oleh lembaga perbankan mengakibatkan bergesernya frekuensi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan dalam Peraturan Nomor 12/POJK.03/2018 menyebutkan bahwa Layanan Perbankan Digital adalah layanan yang memungkinkan bank untuk menyediakan informasi, berinteraksi, dan melakukan transaksi dengan nasabah melalui media elektronik.

Layanan ini dirancang dengan memanfaatkan data nasabah secara bijaksana untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah (*customer experience*).

Layanan digital bank ini bisa dilakukan sepenuhnya oleh nasabah sendiri namun tetap memperhatikan aspek keamanan. berbagai transaksi dapat dilakukan oleh calon nasabah dan nasabah bank, seperti pendaftaran, pembukaan rekening, transaksi perbankan seperti penarikan tunai, pembayaran, dan transfer, serta penutupan rekening. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi serta melakukan transaksi di luar produk perbankan, seperti mendapatkan nasihat keuangan, berinvestasi, bertransaksi *e-commerce*, dan memenuhi berbagai kebutuhan lainnya (Sindy, Dicky & Aprilia i et al., 2024)

Dunia perbankan melakukan peningkatan strategi dan inovasi dengan menggunakan layanan digitalisasi. Salah satu tujuan melakukan digitalisasi bank ini adalah untuk mencapai sebuah kepuasan pelanggan. Dalam industri perbankan sebagai sektor jasa, kepuasan nasabah merupakan hal yang paling penting. Nasabah akan dengan mudah berpindah kepada bank lain apabila tidak mendapatkan apa yang diharapkan. untuk memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan. Industri keuangan yang semakin berkembang pesat tidak serta merta disertai dengan akses ke keuangan yang memadai. (Noneng i et al., 2023)

Dalam persaingan yang sangat kompetitif, perbankan harus terus berupaya dalam mempertahankan kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan kepuasan nasabah tidak hanya menjadi alat untuk mengukur mempertahankan loyalitas pelanggan, akan tetapi juga sebagai pembeda utama antara satu lembaga keuangan dengan lembaga keuangan yang lainnya. Bank yang mampu memberikan layanan berkualitas akan lebih mudah untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Sebagai generasi Z yang tanggap terhadap perkembangan teknologi, mahasiswa merupakan salah satu golongan yang banyak menggunakan jasa perbankan terutama dalam layanan digital. Hal ini didukung dengan adanya fakta perubahan gaya digital yang digemari mahasiswa sebagai generasi Z sehingga mahasiswa berkeinginan melakukan hal yang instan dan praktis dalam hal melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Sebagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bersama beberapa mahasiswa prodi pariwisata syariah mengenai digitalisasi perbankan. Dari beberapa mereka yang di wawancarai oleh peneliti mereka semuanya menggunakan digitalisasi perbankan yang berupa *Automatic Teller Machine* (ATM), bahkan dari mereka menggunakan *Mobile Banking*.

Mereka menggunakan layanan digital banking ini dikarenakan dapat lebih mudah dalam melakukan transaksi.

Dengan adanya layanan digitalisasi perbankan mahasiswa tidak perlu lagi datang langsung ke bank terdekat untuk melakukan transaksi. Sehingga mahasiswa tidak perlu lama-lama mengantri ke teller untuk melakukan transaksi. Dengan adanya layanan digitalisasi ini mahasiswa dapat melakukan transaksi sesuai yang diinginkan secara mandiri.

Maka dengan adanya digitalisasi ini layanan transaksi dalam perbankan dapat dilakukan dengan mudah dan praktis yang tentunya lebih efektif dan efisien waktu. Sehingga dalam layanan ini juga diperlukan rasa percaya nasabah, karena layanan transaksi dilakukan sendiri oleh nasabah yang bersangkutan baik dilakukan di ATM ataupun dengan layanan mobile menggunakan smartphone.

Meskipun dengan hadirnya digitalisasi perbankan memberikan kemudahan terhadap para nasabah, tidak lupa pula dengan digitalisasi perbankan juga memunculkan berbagai tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa dalam pelayanan digitalisasi perbankan ini.

Data Mahasiswa Pariwisata Syariah UIN Bukittinggi

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Pengguna Layanan Digital
1	2021	68 orang	35 orang
2	2022	66 orang	46 orang
3	2023	63 orang	51 Orang
Jumlah		197 orang	132 orang

Sumber: Data Primer

Table diatas merupakan hasil dari wawancara bersama mahasiswa pariwisata syariah. Dimana pada table diatas menunjukkan bahwasanya terdapat beberapa masalah pada layanan digitalisasi perbankan yang digunakan oleh nasabah.

Salah satu permasalahan yang signifikan adalah tingkat pemahaman tentang macam-macam kegunaan fitur yang terdapat pada layanan digital. Banyak mahasiswa yang mungkin tidak sepenuhnya memahami mengenai kegunaan fitur lain yang terdapat pada layanan digital bank, karena dari hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti mahasiswa sering menggunakan layanan digital bank hanya jasa transefer uang saja. Sehingga secara mendalam tidak mengetahui kegunaan fitur yang lain nya.

Selain itu, ada juga masalah terkait aksesibilitas. Dimana hal ini tidak semua mahasiswa sama dalam mengakses layanan digital bank yang mudah ke perangkat teknologi atau koneksi internet yang stabil, yang menjadi penghalang dalam penggunaan layanan perbankan digital. Dimana keluhan pengguna layanan digital bank dalam melakukan transaksi perlu akses jaringan yang stabil sehingga dapat dengan mudah dan cepat dalam melakukan transaksi. Karena jika tidak memiliki jaringan yang stabil maka transaksi yang dilakukan akan sedikit lama.

Di sisi lain, kepercayaan terhadap sistem perbankan digital juga menjadi isu yang signifikan. Sebagian mahasiswa mungkin merasa ragu atau khawatir dengan keamanan, kerahasiaan data pribadi mereka, terutama di tengah maraknya berita tentang kebocoran data dan serangan siber. Hal ini dikarenakan banyak nya isu mengenai cybercrime sehingga membuat mahasiswa merasa ragu dan takut dalam menggunakan layanan digital. Ketidakpastian ini menghambat adopsi teknologi perbankan digital secara lebih luas.

Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas layanan, kemudahan akses, keamanan transaksi, hingga kecepatan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan nasabah. Sebuah bank yang berhasil memberikan layanan yang baik akan membuat nasabah merasa puas dan cenderung menggunakan layanan bank tersebut dalam jangka panjang. Sebaliknya, ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah akan dapat berujung pada hilangnya nasabah dan akan memberikan reputasi buruk bagi bank.

Oleh karena itu, dengan sedikit pemaparan mengenai perkembangan technology, digitalisasi perbankan dan kepuasan nasabah diatas, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank (Studi Mahasiswa Pariwisata Syariah UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi)”**.

KAJIAN PUSTAKA

A. Perbankan

Menurut Rudi (1996) Bank adalah suatu industri yang bergerak di bidang kepercayaan, yang dalam hal ini adalah sebagai media perantara keuangan (Financial Intermediary) antara debitur dan kreditur dana. Sedangkan menurut thamrin dan shinta (2018) bank sebagai suatu badan yang tugas utamanya adalah menghimpun uang dan sebagai perantara untuk

menyalurkan penawaran dan permintaan kredit kepada pihak ketiga pada waktu tertentu. Jenis-Jenis bank antara lain :

1. Dilihat dari segi fungsinya

a) Bank Umum

Sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998, Bank Umum dapat juga mengkhususkan diri untuk melaksanakan kegiatan tertentu atau memberikan perhatian yang lebih besar kepada kegiatan tertentu.

b) Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah Bank yang kegiatannya menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu.

2. Dilihat dari segi kepemilikan

a) Bank Pemerintah

Bank pemerintah adalah akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

b) Bank Swasta Nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya bagi keuntungan swasta pula.

c) Bank (milik) Koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Sebagai contoh adalah Bank Umum Koperasi

d) Bank Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Jelas kepemilikannya pun dimiliki oleh pihak luar negeri.

e) Bank Campuran

Kepemilikan bank saham campuran dimiliki oleh pihak pemerintah, asing, maupun pihak swasta nasional. (Marbawi, i et al., 2017)

Fungsi Bank secara luas yaitu sebagai alat pemerintah untuk menjaga kestabilan ekonomi moneter dan keuangan, sedangkan fungsi secara luas dan fungsi secara sempit bank memiliki 3 fungsi utama yaitu : (Kasmir, i et al., 2018)

1. Bank berfungsi sebagai alat untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat.
2. Fungsi bank yaitu memobilisasi dana untuk pembangunan ekonomi suatu negara, dengan menghimpun dana dari masyarakat untuk berinvestasi terhadap pembangunan negara.
3. Bank berfungsi sebagai lembaga yang memberikan pelayanan kepada masyarakat, yang berupa jasa pelayanan perbankan kepada masyarakat agar masyarakat merasa nyaman dan aman di dalam menyimpan dananya tersebut.

B. Digitalisasi Perbankan

Menurut Ssatyo (2023) Digitalisasi adalah proses mengubah dari analog ke digital menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem operasi otomatis dan sistem terkomputerisasi. masyarakat lebih memilih menggunakan informasi digital dengan alasan : (Inarotul, et al., 2022)

1. Mudah untuk dicari, ditelusuri, diakses dan digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Mudah untuk diproduksi, dikirim, diterima, disaring, diperbaharui berdasarkan kemampuan pengguna.
3. Format penulisan dan isi pesan yang dikirim sama dengan format penulisan dan isi pesan yang diterima.
4. Tidak terhambat oleh jarak yang jauh, perbedaan bahasa dan perbedaan waktu.
5. Pengiriman dan penerimaan pesan sangat cepat dan murah.
6. Mudah untuk disimpan dan diolah sehingga tidak memerlukan ruang penyimpanan yang besar.
7. Mudah diaplikasikan dalam berbagai media karena format isi dari informasi digital akan sama, antara device yang satu dengan device yang lainnya

Dalam digitalisasi bank ini terdapat beberapa indikator didalamnya antara lain yaitu: (Bayu, et al., 2021)1) Kebermanfaatan (*perceived usefulness*), 2) Fitur web (*web features*) 3) Kenyamanan (*convenience*), 4) Keamanan, privasi dan kepercayaan (*security, privacy and*

trust) dan 5) Kemudahan (*perceived ease of use*) Adapun macam-macam jenis digitalisasi perbankan yang sering digunakan nasabah secara mandiri itu ada 3 jenis yaitu: . (Pelita, et al., 2023)¹ 1) *Automatic Teller Machine* (ATM), 2) *Mobile Banking* dan 3) *Internet Banking*

C. Pelayanan Digitalisasi Perbankan

Menurut Hardiansyah (2011) Pelayanan adalah aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari suatu pihak kepada pihak lain. menurut s.p hasibuan (2005) pelayanan (*services*) adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dalam pelayanan digitalisasi perbankan ini terdapat beberapa indicator yang terdapat didalamnya yaitu: (Ali, et al., 1995)

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain : *Communication*., *Credibility* (kredibilitas). *Security* (keamanan), *Competence* (kompetensi) *Courtesy* (sopan santun) *Empathy* (empati). *Tangibles* (bukti fisik)

D. Kepuasan Nasabah

Menurut Sony (2024) Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank. Menurut Salim (2008) Puas artinya merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). Kepuasan yang bersifat pusat yaitu kesenangan, kelegaan. Menurut Etta (2013) Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil dari perbandingan antara hasil kerja suatu produk maupun jasa yang telah diterima dengan yang diharapkannya.

Pengukuran kepuasan konsumen melibatkan sejauh mana harapan terkait produk, harga, dan layanan sesuai dengan kinerja aktual dari produk, harga, dan layanan tersebut. Secara umum, kepuasan konsumen diartikan sebagai kesesuaian antara kinerja produk dan layanan dengan harapan yang dimiliki konsumen.¹(Maisaroh & Khadijah, et al.,2023)

¹ Maisaroh , Khadijah Nurani, Pengaruh Harga, Selera Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dilihat Dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus: Sanjai Sil Aur Kuning Bukittinggi), *SAINS : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol, XVI, No 1, 2023

kepuasan pelanggan atau nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator, diantaranya adalah sebagai berikut: (Meithiana, et al.,)

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila pencapaiannya harapan yang mereka inginkan selain itu, penggunaan layanan juga akan selalu menggunakan dalam keseharian mereka seperti untuk belanja dsb
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa yang baik akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menceritakan pelanggan baru dan suatu perusahaan menciptakan sebuah keunggulan dalam layanan digital nya
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan, selain itu keberagaman layanan yang ditawarkan mampu memenuhi berbagai macam kebutuhan dari setiap pengguna

Sebagaimana dalam alqur'an surah At-taubah ayat 59 yaitu:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

artinya "Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, "Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah"

Menurut Griffin dikutip dari masili menyatakan karakteristik kepuasan pelanggan adalah melakukan pembelian ulang secara teratur, memberi diluar lini produk/jasa, mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. (Veronica,2022)

Dengan adanya karakteristik kepuasan nasabah ini, menurut wilkie kepuasan nasabah ini dibagi menjadi atas 5 elemen yaitu: (Ujang, et al.,2008)Harapan (*Expectations*) Perbuatan (*Performance*) Pembandingan (*Comparison*) Penegasan (*Confirmation or Disconfirmation*) dan Ketidak sesuaian (*Discrepancy*)

Adapun aspek-aspek kepuasan pelanggan terdiri atas empat macam yaitu: Kognitif , Afektif, Konatif dan Tindakan (Fandi, et al.,2005) Menurut Philip Kotler (2008) ada beberapa kriteria untuk mengukur tentang kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut: Kesetiaan, Keluhan, Partisipasi, Sistem keluhan dan saran dan Survey Kepuasan Nasabah.

Adapun factor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, dan Kemudahan(Brilian, et al.,2023).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif murni dengan bantuan SPSS 26 dalam pengolahan data untuk mempermudah penulis dalam menghasilkan data. Penelitian ini menggunakan Data Primer dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji t, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Statistics	
	Digitalisasi Perbankan	Kepuasan Nasabah
Valid	67	67
Missing	0	0
Mean	39.91	32.93
Median	40.00	33.00
Mode	39	32 ^a
Std. Deviation	4.861	2.883
Variance	23.628	8.313
Range	34	19
Minimum	16	21
Maximum	50	40
Sum	2674	2206

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Dari hasil table diatas dapat disimpulkan bahwa statistic deskriptif dengan jumlah sampel 67 orang, variable digitalisasi perbankan (X) memiliki nilai minimum (terkecil) yaitu 16 dan nilai maksimum (terbesar) 50. Rata-rata pada variable digitalisasi perbankan yaitu sebesar 39,91 dengan jumlah standar deviasi 4,861. Digitalisasi perbankan juga memiliki nilai yang sering muncul (*mode*) 39 dan nilai tengah 40,00. Dengan range 34. Sedangkan pada variable kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai minimum (terkecil) sebesar 21 dan nilai maksimum (terbesar) 40. Rata-rata pada variable Y ini yaitu sebesar 32,93 dengan jumlah standar deviasi 2,883. Variable kepuasan nasabah memiliki nilai yang sering muncul (*mode*) 32 dan nilai tengah 33,00. Dengan range 19.

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	keterangan
Digitalisasi Perbankan	X1	0,577	0,1710	Valid
	X2	0,437	0,1710	Valid
	X3	0,492	0,1710	Valid
	X4	0,451	0,1710	Valid
	X5	0,634	0,1710	Valid
	X6	0,527	0,1710	Valid
	X7	0,669	0,1710	Valid
	X8	0,492	0,1710	Valid
	X9	0,667	0,1710	Valid
	X10	0,662	0,1710	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1	0,611	0,1710	Valid
	Y2	0,506	0,1710	Valid
	Y3	0,453	0,1710	Valid
	Y4	0,574	0,1710	Valid

	Y5	0,494	0,1710	Valid
	Y6	0,365	0,1710	Valid
	Y7	0,599	0,1710	Valid
	Y8	0,671	0,1710	Valid

Dari table 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwasanya keseluruhan item pernyataan atau instrument pada variable X dan variable Y menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan X1-X10 dan Y1-Y8 adalah valid, hal ini dikarenakan nilai r hitung > dibandingkan dengan r table yaitu dengan df $132-2 = 130$ maka di peroleh r table sebesar 0,1710.

b. Uji Reliabilitas

variable dapat dikatan reliable jika memiliki nilai *Coefficients Cronbach's Alpha* > 0,60

Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Nilai cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Digitalisasi Perbankan	0,758	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,643	0,6	Reliabel

Dari table 4.6 dapat kita simpulkan bahwasanya pada variable Digitalisasi Perbankan (X) memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,829. Oleh karena itu pada variable X ini dapat dikatakan Reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha* $0,758 > 0,60$. Begitu pula pada variable Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,643 maka pada varibel Y juga dikatan reliable karena nilai *cronbach alpha* $0,643 > 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N			132
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.57955113
Most Extreme Differences	Absolute		.092
	Positive		.088
	Negative		-.092
Test Statistic			.092
Asymp. Sig. (2-tailed)			.008 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.199 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.189
		Upper Bound	.209

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan Tabel 4.7 uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Kolmogorov smirnov*, nilai *Kolmogorov smirnov* signifikan sebesar 0,199. Maka dengan nilai signifikan $0,199 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwasanya data tersebut berdistribusi normal

b. Uji Heteroskedostisitas

Hasil Uji Heteroskedostisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.868	1.084		2.647	.009
Digitalisasi Perbankan	-.026	.028	-.080	-.915	.362

a. Dependent Variable: Abs_res

Dari table 4.8 bahwa hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser* yaitu variable digitalisasi perbankan memiliki nilai signifikan $0,362 > 0,05$. Maka dengan nilai variable independen lebih besar dari nilai absolut residual dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

4. Uji Hipotesis

a. Uji Persial (Uji T)

Membandingkan t hitung dengan t table dengan tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05).

Hasil Uji Statistik t

Model	Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
(Constant)	15.993		9.986	.000		
Digitalisasi Perbankan	.413	.659	9.981	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari table 4.9 disimpulkan bahwa uji t (persial) dapat diketahui varibel digitalisasi perbankan (X) memperoleh nilai t hitung sebesar 9.981 dan t table sebesar 1.65666 sehingga t hitung > t table, dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 di tolak artinya variable digitalisasi perbankan (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.659 ^a	.434	.429	2.589

a. Predictors: (Constant), Digitalisasi Perbankan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari table 4.10 dapat diketahui hasil uji determinasi bahwa besarnya kontribusi pengaruh digitalisasi (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,434. Artinya besarnya kemampuan variable digitalisasi perbankan dalam menjelaskan variable kepuasan nasabah adalah sebesar 43,4% sedangkan 56,6% dipengaruhi variable lain di luar penelitian.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	15.993	1.601		9.986	.000	
Digitalisasi Perbankan	.413	.041	.659	9.981	.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari table 4.11 maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 15.993 + 0,413X + e$$

Berdasarkan model rumus diatas maka penjelasan mengenai hubungan antara variable independen dengan variable dependen adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) yang didapat adalah sebesar 23,724.
- Nilai koefisien variable digitalisasi perbankan (X) adalah sebesar 0,231 yang berarti jika digitalisasi perbankan mengalami kenaikan satu satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menggunakan layanan digital meningkat sebesar 0,231 (23,4%) dengan asumsi variable lain dianggap tetap. Hal tersebut juga menyatakan bahwa variable digitalisasi perbankan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital.

Pembahasan

Dari hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa digitalisasi perbankan berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank. Berdasarkan uji koefisien determinasi di peroleh R square sebesar 15,1% artinya besarnya kemampuan variable digitalisasi perbankan dalam menjelaskan variable kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank hanya mampu sebesar 43,4% sedangkan 56,6% dipengaruhi oleh variable diluar penelitian.

Dari hasil uji statistic t, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai t hitung dan t table. Variable digitalisasi perbankan (X) dapat diketahui memperoleh nilai t hitung sebesar 9,981 dan t table sebesar 1,65666, sehingga t hitung lebih besar dari t table ($9,981 > 1,65666$) dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari

0,05 maka H_0 di tolak artinya bahwa variable digitalisasi perbankan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank (Y) dimana semakin tinggi tingkat digitalisasi perbankan maka akan meningkatkan kepuasan pada nasabah pengguna layanan digital.

adanya digitalisasi perbankan menunjukkan bahwa layanan perbankan yang cepat dan amanah dapat memberikan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah, terutama dalam konteks digitalisasi perbankan. Hal ini ditunjukkan dari penelitian diatas bahwasanya ketiga penelitian menghasilkan adanya pengaruh positif dari digitalisasi perbankan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian diatas dapat disimpulkan pada hasil penelitian bahwasanya penelitian yang dilakukan penulis bahwasanya pengaruh digitalisasi perbankan cukup kecil dimana hanya mampu berpengaruh sebesar 43,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable diluar penelitian.

Penelitian ini menunjukkan bahwa lembaga perbankan yang mampu menyediakan layanan digital yang responsif dan efisien tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga mendorong loyalitas mereka. Prinsip amanah dalam Islam, yang menekankan tanggung jawab dan keandalan, menjadi landasan penting bagi nasabah untuk mempercayai layanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Sebagaimana telah dijelaskan pada pembahasan hasil penelitian bahwa Berdasarkan uji koefisien determinasi di peroleh R square sebesar 43,4% artinya besarnya kemampuan variable digitalisasi perbankan dalam menjelaskan variable kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank hanya mampu sebesar 43,4% sedangkan 56,6% dipengaruhi oleh variable diluar penelitian. Dan berdasarkan dari hasil uji statistic t, pengujian hipotesis dilakukan hasil t hitung lebih besar dari t table ($9,981 > 1,65666$) dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 di tolak artinya bahwa variable digitalisasi perbankan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital bank (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Ali Hasyim (1995) *Manajemen Bank*, (Jakarta: Bumi Aksara)

-
- Asti Marlina, dan Widhi Ariyo Bimo (2018) Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank, *Jurnal Ilmiah Inovator*, Vol. 7 No. 1
- Bayu Prawira Hie (2021) *Transformasi Digital Bank*, (Malang: Media Nusantara Creative)
- Brilian Catur Sukma, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 21, No. 3, 2023
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Fandy Tjiptono (2005) *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing)
- Felita Restianti (2023) dkk, Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah, *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 4
- Hardiansyah, (2011) *Kualitas Pelayanan Public*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Inarotul A, Yun, 2022 Peran Digitalisasi Dan Informasi Terhadap Kinerja Perbankan Syariah Dalam Perspektif Society 5.0 Di Perekonomian Indonesia, *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 2 No. 1
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (2008) (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), Hlm. 24
- Malayu S.P Hasibun (2005) *Dasar-Dasar Perbankan cetakan ke empat*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Marbawi (2017) *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya: Teori dan Kebijakan*, (Sulawesi: UNIMAL Press)
- Meithiana Indrasari (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press)
- Noneng Masitoha dkk (2023) Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya, *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan* , Vol. 4 No. 1
- Peter Salim (2008) *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)
- philip kotler & Keller (2008) *Manajemen Pemasaran edisi 13*, (Jakarta: Erlangga)
- Ruddy Tri Santoso (1996) *Mengenal Dunia Perbankan*, (Yogyakarta : Andi Offset)
- Sindy Setiawan, Azarya Dicky, dan Catharina Aprila Hellyani (2024) Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Indonesia, *Prosiding SENAM: Ekonomi dan bisnis*, Vol 4
- Sonny Koeswara dan Muslimah (2014) Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Prioritas Pt. Bca, Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple, *Jurnal PASTI*, Vol.8 No. 1

Susatyo Herlambang (2023) Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Efektivitas Pelayanan Kenaikan Pangkat Di Badan Kepegawaian Daerah (BKD) Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, Vol. 2 No. 2

Thamrin Abdullah, Sintha Wahjusaputri (2018) *Bank dan Lembaga Keuangan edisi 2*, (Jakarta: Mitra Wacana Media)

Ujang Sumarwan (2008) *Perilaku Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), Hlm. 119

Veronica masili (2022) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa, *Jurnal EMBA: Riset Ekonomi, manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 10 No.4.