

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
(STUDI KASUS: ASN UIN IMAM BONJOL PADANG)**

***THE INFLUENCE OF MOBILE BANKING SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION OF INDONESIAN SHARIA BANK
(CASE STUDY: ASN UIN IMAM BONJOL PADANG)***

Amnah Sari

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: amnahbatubara29@gmail.com

Yenti Afrida

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: yentiafrida@uinib.ac.id

Nilia Mardiah

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: nilamardiah06@gmail.com

Abstract

This research is a type of quantitative research that aims to determine the effect of the quality of mobile banking Bank Syariah Indonesia on customer satisfaction. The data used in this study is primary data obtained directly from the answers of 88 respondents who are ASN UIN Imam Bonjol Padang as customers of mobile banking BSI. The analytical method used is a simple linear regression analysis method. Based on the results of the study, it is known that the variable quality of mobile banking has an influence on customer satisfaction from the results of hypothesis testing or t-test, a significance value of $0.000 < \text{than } 0.05$. From the simple linear regression equation, the X regression coefficient is 0.518 which states that if the quality of mobile banking services (X) increases by one unit, then customer satisfaction (Y) will increase by 0.518 or 51.8%. In the R-Square coefficient of determination the effect of mobile banking (X) on customer satisfaction (Y) is $0.713=71.3\%$ and the remaining 28.7% is influenced by factors other than service quality that are not included in this study.

Keywords: Mobile banking; Service Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Potensi ekonomi digital di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, menurut pendapat dari Bain, Google, dan Temasek di kawasan Asia Tenggara yang memiliki peluang untuk menjadi negara yang perkembangan ekonomi digital terbesar adalah Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan tingginya nilai transaksi ekonomi digital Indonesia di wilayah ASEAN, yaitu sebesar US\$44 miliar dan di Perkirakan pada tahun 2025 akan meningkat sampai sebesar US\$124 miliar (Abdullah Azzam, 2021). Pada Januari tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai sebanyak 202,6 juta jiwa atau 73,7% (Aldo Fernando, 2021). Hal ini berdasarkan data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* pada tahun 2021. Dari data tersebut menunjukkan bahwa

digitalisasi terus mengalami perkembangan di Indonesia seiring dengan semakin meningkatnya pengguna internet. Dari hal ini OJK mencatat bahwa potensi ini memberikan peluang yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis di bidang digital untuk dapat menciptakan suatu produk atau layanan yang berbasis pada teknologi informasi (Website OJK). Hal ini dapat mendorong perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan untuk dapat menerapkan digitalisasi dalam inovasi produk dan layanan sesuai dengan kepentingan para pengguna. Adapun salah satu layanan digital yang ditawarkan oleh perbankan pada saat ini adalah layanan *mobile banking* (Sikapi Uangmu. OJK.go.id).

Di Indonesia, penggunaan *mobile banking* oleh nasabah bank telah meningkat secara signifikan selama lima tahun terakhir, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 135,3% per tahun (Kamalina, Mihrun;, 2018). Transaksi Uang Elektronik pada bulan April tahun 2020 yang mencapai 64,48% dan volume transaksi digital *banking* tumbuh sebesar 37,35% *year on year* mengindikasikan adanya penguatan kebutuhan transaksi ekonomi dan keuangan digital terutama *mobile banking* bagi masyarakat pada saat sekarang ini (Sylke Febrina Laucereno, 2020).

Otoritas Jasa Keuangan juga mencatat adanya peningkatan penggunaan *mobile banking* dan juga internet *banking* mencapai 300% pada tahun 2021 dan yang menjadi salah satu penyebabnya adalah dikarenakan adanya pandemi covid-19. Melihat hal ini Perbankan Syariah sebagai lembaga perbankan tentu juga harus menyediakan layanan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi keuangan atau layanannya sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atau nasabahnya.

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk adalah bank syariah terbesar di Indonesia, setelah dilakukan *merger* atau penggabungan dari anak usaha BUMN yakni PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank Negara Indonesia Syariah. PT Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi dari tanggal 1 Februari 2021 (Madani, Mohammad Amin;, 2021). Sebagai salah satu bank yang juga menyediakan layanan *mobile banking* yang berada dalam industri perbankan, BSI juga memiliki layanan *Mobile banking* yaitu *BSIMobile*. Emiten Bank Syariah Indonesia atau BSI mencatat transaksi *mobile banking* mengalami pertumbuhan sebesar 97,4% secara tahunan pada periode Juli tahun 2021 atau mencapai sebanyak 46,4 juta transaksi. Pada tanggal 17 Agustus 2021 jumlah pengguna *mobile banking* BSI melebihi 2,7 juta pengguna, meningkat 79,4 % sejak awal tahun 2021 secara Yoy (Syahrizal Sidik, 2021).

Berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan kepada salah satu dosen atau ASN FEBI UIN Imam Bonjol Padang selaku pengguna BSI Mobile, mengatakan bahwa alasan menggunakan *mobile banking* adalah karena kebutuhan dan kemudahan transaksi. Karena selama menggunakan *mobile banking* beliau merasa sangat terbantu sekali dalam melakukan transaksi keuangan. Adapun transaksi atau fitur yang paling sering digunakan adalah transfer, *Top Up e-Wallet*, pembayaran belanja *online*, dan tarik tunai tanpa kartu ATM. Disamping berbagai kemudahan yang dirasakan selama menggunakan *mobile banking*, terdapat juga beberapa kekurangan saat melakukan transaksi yaitu diantaranya, saat melakukan transaksi tarik tunai tanpa kartu ATM sering gagal dan harus diulang beberapa kali, jaringan yang digunakan harus sedang dan kuat karena jika sinyalnya lemah maka *loading* transaksi yang dilakukan akan lama. Meskipun begitu beliau mengatakan tetap menggunakan *mobile banking* karena mudah digunakan dan sangat berguna dalam transaksi keuangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut pendapat Philip Kotler, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan suatu produk atau jasa yang digunakan dengan apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan sebelum menggunakannya (Kurniati Karim, 2020). Ada beberapa manfaat dari kepuasan konsumen yaitu konsumen akan loyal pada bank, melakukan pembelian produk secara berulang, membeli produk lain di bank yang sama, dan menawarkan promosi gratis dari mulut ke mulut (Kasmir, 2004).

Dalam mengukur kepuasan nasabah diperlukan adanya indikator adapun Indikator kepuasan nasabah yaitu kepuasan nasabah secara keseluruhan, konfirmasi harapan, minat melakukan pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan, dan ketidakpuasan nasabah (Tjiptono, Fandi; Anastasia, Diana, 2019). Dalam penelitian ini membahas tentang kepuasan nasabah pada layanan perbankan syariah. Dalam sebuah bank konsumen atau pembeli disebut sebagai nasabah. Maka dari itu konsumen yang dimaksud pada penelitian ini adalah nasabah pada bank syariah.

Layanan Mobile Banking (M Banking)

Menurut pendapat Riswandi *Mobile Banking* merupakan suatu layanan terbaru yang ditawarkan oleh bank sehingga nasabah yang menggunakan bisa melakukan aktivitas transaksi perbankan melalui *smartphone* (Ginantra, Niluh Wiwik Sri Rahayu; dkk., 2020).

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari menggunakan layanan mobile banking yaitu praktis, mudah, aman dan nyaman serta penggunaan yang bersahabat (Supriyono, Maryanto;).

Menurut Passuraman kualitas layanan jasa, elektronik merupakan sebuah aplikasi atau website yang efektif dan efisien dalam menyediakan kebutuhan nasabah saat menggunakan layanan online. Layanan perbankan melalui media elektronik atau disebut electronic banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, serta kegiatan atau aktivitas transaksi perbankan lainnya melalui media elektronik. Dalam dunia perbankan layanan elektronik dikenal dengan e-banking (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Indikator atau dimensi dalam mengukur kualitas layanan elektronik atau mobile banking dalam penelitian ini yaitu kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain dan sistem aplikasi (Rahmawati, Charissa Kezia; Fianto, Bayu Arie;, 2020).

METODOLOGI PENELITIAN

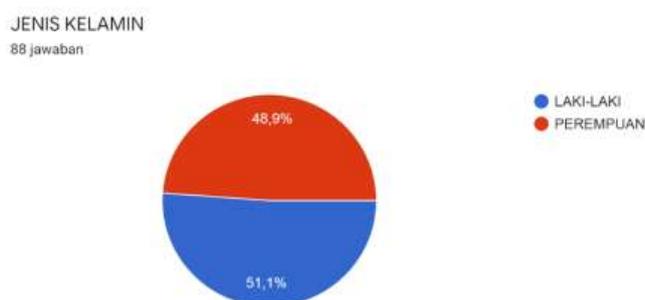
Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yang merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data penelitian (Waluya, Bagja;, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah ASN UIN Imam Bonjol Padang yang berjumlah 533 orang yang peneliti dapatkan dari Bagian Organisasi dan Kepegawaian UIN Imam Bonjol Padang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan perhitungan rumus *Slovin* sebanyak 84 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling* dimana dalam penelitian ini ditentukan karakteristik sampel yaitu : ASN UIN Imam Bonjol Padang dan merupakan pengguna *mobile banking* BSI (BSIMobile).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskriptif Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang sudah disebar , responden pada penelitian ini adalah sebanyak 88 responden dari ASN UIN Imam Bonjol Padang yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dan merupakan nasabah pengguna *mobile banking* BSI. Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, jumlah transaksi, alasan, dan jenis transaksi. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner maka diperoleh data sebagai berikut:

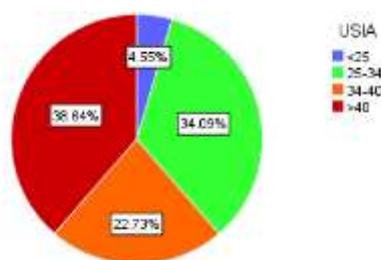
1. Jenis Kelamin



Gambar 1. Karakteristik responden berdasarkan (Jenis kelamin)

Berdasarkan diagram di atas bisa dilihat bahwa terdapat 45 responden atau (51,1%) dengan jenis kelamin laki-laki, dan 43 responden atau (48,9%) dengan jenis kelamin perempuan. Dan responden yang menjadi pengguna terbanyak pada sampel ini yaitu laki-laki.

2. Usia



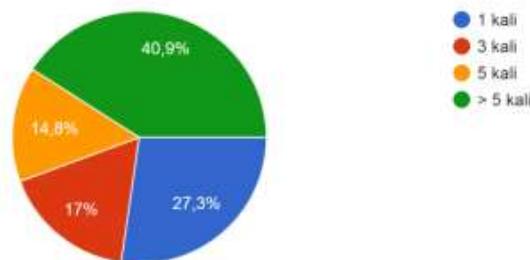
Gambar 2. Struktur Organisasi Kantor Pusat Bank Syariah

Berdasarkan data dari gambar di atas dapat dilihat bahwa responden berusia >40 tahun terdapat 34 orang (38,64%), usia 25 tahun-34 tahun sebanyak 30 orang (34,09%), usia 34 tahun - 40 tahun sebanyak 20 orang (22,73%) dan berusia <25 tahun sebanyak 4 orang (4,5%). Pengguna *mobile banking* BSI terbanyak pada sampel dalam penelitian ini yaitu usia >40 tahun.

3. Jumlah transaksi

Karakteristik responden berdasarkan jenis transaksi yang sering atau dominan dilakukan dalam jangka waktu seminggu dapat dilihat dari gambar diagram lingkaran dibawah ini:

Seberapa sering Bapak/Ibu menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia dalam seminggu?
88 jawaban



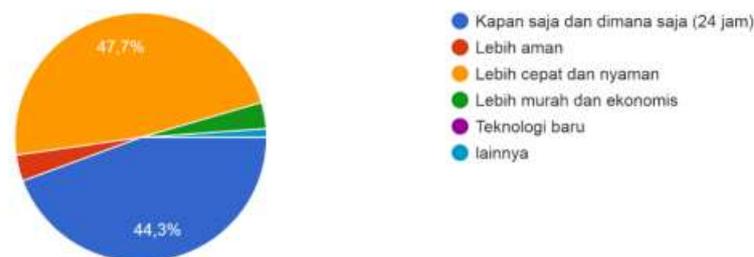
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan (Jumlah Transaksi)

Berdasarkan data jenis transaksi responden dari diagram lingkaran diatas dapat diketahui jumlah transaksi, penelitian ini didominasi dengan transaksi >5 kali transaksi dalam seminggu yaitu sebanyak 36 orang (40,9%), 1 kali transaksi selama seminggu sebanyak 24 orang (27,3%), 3 kali transaksi selama seminggu sebanyak 15 orang (17%), dan 5 kali transaksi sebanyak 13 orang (14,8%).

4. Alasan menggunakan Mobile banking BSI

Alasan responden atau nasabah dalam menggunakan *mobile banking BSI* dapat dilihat dari gambar diagram lingkaran di bawah ini:

Alasan utama Bapak/Ibu menggunakan m-Banking?
88 jawaban



Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan (Alasan Menggunakan)

Berdasarkan data pada gambar diagram lingkaran di atas dapat diketahui alasan utama menggunakan *m-banking BSI*, penelitian ini didominasi oleh lebih cepat dan nyaman yaitu dengan persentase sebesar 47,7% (42 orang), selanjutnya kapan saja dan dimana saja (24 jam) sebesar 44,3% (39 orang), lebih aman sebesar 3,4% (3 orang), lebih murah dan ekonomis sebesar 3,4% (3 orang), dan lainnya sebesar 1,1% (1 orang).

5. Jenis transaksi yang sering atau biasa dilakukan

Karakteristik responden berdasarkan jenis transaksi yang sering atau biasa dilakukan dapat dilihat dari data pada diagram lingkaran di bawah ini:



Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan (Jenis Transaksi Yang Sering Atau Biasa Dilakukan)

Hasil Uji Analisis Data

Uji Validitas

Pada penelitian ini total responden sebanyak 88 orang responden dan didapati nilai r tabel nya adalah 0.2096 (DF=88-2=86) dengan tingkat signifikansi 5%. Di bawah ini merupakan hasil uji validitas pada variabel penelitian menggunakan program SPSS.

Tabel 1. Hasil Uji validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan Mobile banking (X)			
P.1	0.754	0.2096	Valid
P.2	0.747	0.2096	Valid
P.3	0.805	0.2096	Valid
P.4	0.710	0.2096	Valid
P.5	0.658	0.2096	Valid
P.6	0.721	0.2096	Valid
P.7	0.596	0.2096	Valid
P.8	0.779	0.2096	Valid
P.9	0.712	0.2096	Valid
P.10	0.745	0.2096	Valid
kepuasan Nasabah (Y)			

P.1	0.761	0.2096	Valid
P.2	0.874	0.2096	Valid
P.3	0.836	0.2096	Valid
P.4	0.796	0.2096	Valid
P.5	0.836	0.2096	Valid

Sumber: Data Diolah Hasil Spss, Peneliti (2022)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 15 butir pernyataan yang diberikan kepada 88 responden memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.2096 yang berarti semua item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronchbach's Alpha	No of Item	Keterangan
Kualitas Layanan mobile banking (X)	0.897	10	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.874	5	Reliabel

Sumber: Data Diolah Hasil SPSS, Peneliti (2022)

Dari hasil tabel hasil uji reliabilitas di atas dalam penelitian ini, diperoleh seluruh nilai *Cronchbach's Alpha* dari variabel kualitas layanan mobile banking dan variabel kepuasan nasabah lebih besar dari 0,60. Nilai *Cronchbach's Alpha* dari variabel kualitas layanan mobile banking yaitu sebesar 0.897 yang lebih besar dari 0,60. Nilai *Cronchbach's Alpha* dari variabel kepuasan nasabah yaitu diperoleh sebesar 0,874 lebih besar dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dari kedua variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam penelitian reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		86
Normal	Mean	0
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.56892427
	Absolute	0.132

Most Extreme Positive Differences				0.076
		Negative		-0.132
Test Statistic				0.132
Asymp. Sig. (2-tailed)				.001 ^c
		Sig.		.088 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)			Lower Bound	0.081
		99% Confidence Interval	Upper Bound	0.096

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber Data: Hasil Olah Data SPSS

Dari tabel hasil pengujian normalitas dengan uji *kolmogrov Smirnov* diatas dapat dilihat bahwa dalam uji *Kolmogorov Sminorv* untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal. Dari hasil uji didalam tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,088 yang artinya $0,088 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji adalah berdistribusi normal.

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	-1.522	1.523		-.999
	Total_x	.518	.035	.844	14.599
					.320
					.000

a. Dependent Variable: total_y

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas dapat diperoleh model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = -1,522 + 0,518.X$$

Dari persamaan regresi linier sederhana diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi X sebesar 0,518 yang menyatakan bahwa jika kualitas layanan mobile banking (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,518 atau 51,8%.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 5. Hasil Uji statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minim um	Maxim um	Mean	Std. Deviation
X	88	19	50	42.66	4.814
Y	88	10	25	20.58	2.955
Valid (listwise)	N 88				

Sumber Data: Hasil Uji SPSS

Dari tabel hasil uji statistik deskriptif di atas, nilai N atau banyak data dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 data, nilai minimum data variabel X atau kualitas layanan *mobile banking* adalah 19, dan variabel Y atau kepuasan nasabah adalah 10. Nilai maksimum data adalah 50 untuk variabel X atau kualitas layanan *mobile banking*, dan 20 untuk variabel Y atau kepuasan nasabah. Rerata atau mean hitung data pada variabel X adalah 42,66, mean standar deviasi data pada variabel Y adalah 20,58, standar deviasi data yang diolah pada variabel X adalah 4,814, dan standar deviasi dari olahan data pada variabel Y adalah 2,955.

Hasil Uji Hipotesis Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	-.999	.320
X	14.599	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji hipotesis atau uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi < dari pada 0,05 maka

H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Variabel Kualitas Layanan *Mobile Banking* (X) berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.713	.709	1.593

a. Predictors: (Constant), X

Dari tabel model *Summary* Uji Regresi Linear Sederhana diatas dapat dilihat besarnya nilai korelasi atau hubungan yaitu R sebesar 0,844. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi atau R-Square sebesar 0,713, yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas atau kualitas layanan *mobile banking* terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah adalah sebesar 71,3% yang semakin mendekati 1 (satu) yang berarti variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nilai R-Square yang diperoleh sebesar 0,713 memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan *mobile banking* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,713=71,3% dan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas layanan yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, jadi bisa diambil kesimpulan bagaimana pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan diperoleh bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan hasil uji hipotesis atau uji-t yang sudah peneliti lakukan yaitu dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$, maka tolak H_0 dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas layanan *mobile banking* (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Indonesia (Y). Dilihat dari alasan utama menggunakan *mobile banking* BSI, survei ini terutama didasarkan pada lebih cepat dan nyaman, sebesar 47,7% (42 orang), diikuti oleh kapan saja dan di mana saja (24 jam) sebesar 44,3% (39 orang), lebih aman 3,4% (3 orang), lebih murah dan hemat 3,4% (3 orang), dan lainnya 1,1% (1 orang). Pengguna *mobile banking* BSI merasa puas dengan kualitas

layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia karena memberikan kenyamanan, kemudahan, disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dan memberikan keamanan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia. Oleh karena itu, semakin tinggi atau semakin baik kualitas layanan mobile banking yang diberikan kepada nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu:

1. Bagi perusahaan dilihat dari keseluruhan hasil analisis responden terhadap dimensi kualitas layanan *mobile banking* Bank Umum Syariah Indonesia dapat dikatakan baik. Namun ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena pengguna dan nasabah merasa sistem sering terganggu dan transaksi nasabah tidak dapat berjalan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dari segi keamanan dan sistem aplikasi. Diharapkan juga perusahaan dapat menambahkan lebih banyak fitur pada aplikasi *mobile banking*, dan diharapkan akan lebih baik kedepannya.
2. Bagi Akademisi dan peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode dan alat uji yang lebih lengkap dan akurat untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

(n.d.). Website Ojk.go.id.

26 Sopingi. (2015). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Malang: Gunung Samudra.

Abdullah Azzam. (2021). *Strategi Memperkuat Perbankan di Era Digital*. finansial.bisnis.com.

Aldo Fernando. (2021). *Semua Bakal Digital, Begini Masa Depan Perbankan RI*. CNBC Indonesia.

Ginantra, Ni luh Wiwik Sri Rahayu; dkk;. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. yayasan kita menulis.

Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kamalina, Mihrun;. (2018). *Perkembangan Internet Banking di Indonesia*. Kompasiana.com.

Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.

Kurniati Karim. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.

Madani, Mohammad Amin;. (2021). *In Picture: Bank Syariah Indonesia (BSI) Resmi Beroperasi Hari ini*. Republika.co.id.

Rahmawati, Charissa Kezia; Fianto, Bayu Arie;. (2020). Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1119-1120.

Sikapi Uangmu. OJK.go.id. (n.d.). *Yuk Kenali Perkembangan Layanan Perbankan*. Sikapi Uangmu.OJK.go.id.

Supriyono, Maryanto;. (n.d.). *Buku Pintar Perbankan*.

Syahrizal Sidik. (2021). *Gegara ini Mobile banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*. CNBC Indonesia.

Sylke Febrina Laucereno. (2020). *Layanan Digital Bank Tumbuh Pesat di Tengah Pandemi*. Detik Finance.

Tjiptono, Fandi; Anastasia , Diana;. (2019). *Kepuasan Nasabah -Konsep -Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

Waluya, Bagja;. (2007). *Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat Untuk Kelas XII Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Program Ilmu Pengetahuan Sosial*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.

Website OJK. (n.d.).

