

---

# PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN FITUR PRODUK BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KAB. BONE

---

Arwini Lusya Pusfita<sup>1</sup>, Fitriani<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone  
Arwinipusfita1105200@gmail.com

---

## ABSTRAK

*Penelitian ini memiliki tujuannya untuk mengevaluasi dampak kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bone. Penelitian ini menerapkan metode asosiatif kausal, yakni suatu pendekatan yang menyelidiki keterkaitan antar variabel serta menguji hipotesis yang telah dirancang. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari penyebaran kuesioner. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya yang dikumpulkan langsung dari sumbernya oleh peneliti yang sifatnya up to date. Penelitian ini menyajikan gambaran Profil, Visi-Misi dan Produk Layanan KC Bank Syariah Indonesia Bone. Penelitian ini menerapkan beberapa uji statistik, seperti : “Uji validitas, Uji reliabilitas, Analisis deskriptif responden, Statistik deskriptif, Uji asumsi klasik, Uji multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, Analisis regresi linier berganda, Hasil pengujian hipotesis: Uji t dan Uji f serta yang terakhir yaitu Koefisien determinasi”. Penelitian kuantitatif merupakan metode utama penemelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden dari Kabupaten Bone, kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bone.*

***Kata Kunci:*** Kualitas, Fitur, Kepuasan.

---

## I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan ekonomi sama-sama dipengaruhi secara signifikan oleh globalisasi. Globalisasi adalah proses yang memungkinkan individu untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan terhubung pada seluruh arah kehidupan manusia, seperti persoalan perekonomian, teknologi, budaya, politik, dan alam. Proses globalisasi saat ini mempengaruhi oleh dua alasan yang berbeda, yang pertama menyangkut dengan kemajuan teknologi dan yang kedua menyangkut dengan perubahan sosial dan budaya.

Pengenalan produk Mobil Banking dan fitur lainnya di Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu contoh pengembangan teknis. Tingkat pelayanan yang ditawarkan di Kabupaten Bone sebanding dengan barang dan jasa bank konvensional maupun bank syariah lainnya. Selain dapat memberikan insentif bagi warga Kabupaten Bone untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia, BSI menjadi satu diantara sektor perbankan syariah mesti selalu

melakukan upaya mengembangkan produk digital terkhusus BSI *Mobile*, karena mutu layanan dan karakteristik produk berdampak pada kenyamanan klien.

Bisnis perbankan juga diuntungkan dengan pesatnya kemajuan teknologi. Pengaruh dari pesatnya teknologi adalah adanya *e-business* dan *e-banking* yang semakin berkembang. Akibatnya, secara manual kegiatan bank tidak dapat berjalan. Sebaliknya, proses transaksi maupun sistem otomatis yang digunakan bisa diselesaikan dengan cepat dan mudah oleh pelanggan sendiri. Salah satunya melibatkan pengenalan produk mobile banking, yaitu satu diantaranya dari beberapa kecepatan teknologi; sementara telepon, ATM, dan internet banking semuanya memberikan pengiriman secara efisien, menjadi produk perbankan terbaru, mobile banking secara signifikan mempengaruhi pasar. Selain bank reguler, bank syariah juga menawarkan m-banking. Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya keefektifan perbankan syariah naik, terkhusus pada sector sistem digital.

## **II. METODE PENELITIAN**

### **A. Tempat dan Waktu**

Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan, menjadi lokasi penelitian studi ini. Peneliti memilih lokasi ini karena Kabupaten Bone merupakan daerah yang mengedepankan penggunaan digital banking melalui pembinaan digitalisasi daerah.

Sejak selesainya proposal penelitian pada hari Kamis, 18 Agustus 2022, telah dilakukan penelitian selama hamoir satu bulan, mengenai dampak kualitas layanan dan fitur produk pada BSI Mobile di Kabupaten Bone.

### **B. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi merujuk pada jumlah individu (unit) yang memiliki karakteristik yang akan diestimasi dalam suatu sampel. Menurut Sugiyono, populasi merupakan stilah umum peneliti mencakup sekelompok objek maupun subjek berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Populasi pada penelitian ini terdiri dari nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI Mobile di Kabupaten Bone, yang secara pasti belum diketahui jumlahnya.

## 2. Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

### C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang berperan sebagai variabel independen (bebas) melibatkan kualitas layanan BSI Mobile (X1) dan fitur produk BSI Mobile (X2), sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu tingkat kepuasan nasabah (Y).

### D. Tahap Pelaksanaan

Peneliti melakukan pengolahan data dengan berbagai langkah berikut sebelum melakukan analisis:<sup>1</sup>

1. *Editing*, langkah pemeriksaan ini dilaksanakan setelah peneliti menyelesaikan pengumpulan data di lapangan.
2. *Koding*, langkah pemberian identitas pada setiap kumpulan data yang sudah dimodifikasi dengan tujuan supaya data tersebut ketika dianalisis mempunyai makna tertentu.
3. *Skoring* adalah proses pemberian skor yang dilakukan berdasarkan hasil temuan riset. Keputusan diambil untuk memberikan bobot nilai pada jawaban responden dengan ketentuan yaitu:
  - a. 4 = “jawaban simbol A”
  - b. 3 = “jawaban simbol B”
  - c. 2 = “jawaban simbol C”
  - d. 1 = “jawaban simbol D”
4. *Tabulating* yaitu melibatkan pengorganisasian dan perhitungan angka-angka setelah memasukkan data ke dalam tabel-tabel tertentu.

Tahap berikutnya, yang dikenal sebagai analisis data yang merupakan proses penyusunan data dengan cara yang memiliki makna sehingga dapat dimengerti saat semua data telah diproses dengan menggunakan berbagai metode di atas. Dalam investigasi ini, metode analisis data berikut ini digunakan:

---

<sup>1</sup>Ismayani, A. *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press. 2020.

### 1) Analisis Deskripsi

Setelah data selesai dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Rumus distribusi frekuensi digunakan dengan proporsi seperti di bawah ini:

$$p = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan p: "Persentase untuk setiap kategori"

f: "Frekuensi jawaban responden"

n: "Jumlah siswa"

### 2) Analisis Statistik Deskriptif

Mean (rata-rata) yang diperoleh dari rumus persentase ditentukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik tentang pengaruh kepuasan nasabah bank syariah di Kabupaten Bone terhadap layanan BSI *Mobile* juga diinterpretasikan oleh para peneliti yang dapat dilihat seperti berikut:

- 1) Jika hasilnya berada pada rentang 81-100%, maka hasilnya sangat baik
- 2) Hasil yang dikategorikan baik jika berada di kisaran 61-80%
- 3) Hasil dengan kategori cukup baik yaitu hasil yang nilainya 41-60%
- 4) Jika hasil yang dicapai di kisaran 21-40%, itu kurang baik
- 5) Hasil yang dikategorikan tidak baik yaitu jika hasilnya berada pada kisaran 0-20%.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil

#### 1. Uji Validitas

Dengan bantuan 100 partisipan, peneliti menyurvei pra-kuesioner terhadap pemakai BSI *Mobile* untuk menguji validitas alat riset sehubungan dengan persyaratan domisili Kabupaten Bone. Dalam melakukan uji validitas penelitian dengan perangkat lunak SPSS, digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, mampu membandingkan nilai r hitung dengan r tabel:<sup>2</sup>

- Kondisi dianggap valid jika nilai r hitung > r tabel.

---

<sup>2</sup>Hidayat, A, A. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. 2021

- Kondisi dianggap tidak valid jika nilai rhitung < rtabel.

Nilai rtabel yang digunakan yakni 0,444 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang pada pra-survei. Berdasarkan temuan uji validitas, dapat ditarik kesimpulan seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas**

	<b>Butir</b>	<b>Rhitung</b>	<b>sig.</b>	<b>Rtabel</b>	<b>Kriteria</b>
XI	1	0,195	0	0,523	<b>VALID</b>
	2			0,374	
	3			0,385	
	4			0,416	
	5			0,574	
	6			0,399	
	7			0,63	
X2	8	0,195	0	0,346	<b>VALID</b>
	9			0,34	
	10			0,372	
	11			0,607	
	12			0,547	
Y	13	0,195	0	0,378	<b>VALID</b>
	14			0,525	
	15			0,55	
	16			0,638	
	17			0,464	
	18			0,525	
	19			0,643	

Sumber: Data primer, diolah peneliti

## 2) Uji Reliabilitas

Adapun rumus *Cronbach's Alpha* dipakai untuk memastikan apakah ada hal yang mampudipercaya atau tidak mampu dipercaya. Jika nilai *Cronbach's Alpha* >0,6 dikatakan reliabel dan nilai *Cronbach's Alpha* <0,6 dikatakan tidak reliabel atau handal, maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dijalankan dengan pertanyaan secara benar, kemudian apabila jawaban terhadap pernyataan atau pertanyaan selaras, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Berikut ini merupakan perolehan uji reliabilitas:

**Tabel 1.2 Hasil Uji Reabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	19

Sumber: Data primer, diolah peneliti

### 3) Analisis Deskriptif Responden

Untuk menggambarkan karakteristik responden, dilakukan analisis deskriptif terhadap responden. Penulis memberikan gambaran rinci mengenai responden pada bagian ini, dengan memberikan informasi mengenai jenis kelamin, usia, dan bidang pekerjaan. Berikut ini adalah gambaran bagaimana responden mendeskripsikan diri mereka sesuai dengan jawaban kuesioner yang telah diterima:

**Tabel 1.3 Jenis Kelamin**

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Laki-Laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1.3 diatas bisa didapatkan responden jenis kelamin Laki-Laki 40 orang dan responden jenis kelamin perempuan 60 orang.

**Tabel 1.4 Usia**

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
18-25 Tahun	77 Orang	77 %
26-30 Tahun	21 Orang	21 %
>30 Tahun	2 Orang	2 %
Total	100 Orang	100%

Sumber: Data primer, diolah peneliti

Tabel di atas menunjukkan bahwa 77 responden berusia 18-25 tahun, 21 responden berusia 26-30 tahun, dan 2 responden berusia di atas 30 tahun.

**Tabel 1.5 Jenis Pekerjaan**

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Mahasiswa/Pelajar	70 Orang	70 %
PNS/Pegawai Swasta	30 Orang	30 %
Total	100 Orang	100 %

Sumber: Data primer, diolah peneliti

Tabel 1.5 di atas memperlihatkan bahwasanya 30 responden adalah pegawai pemerintah dan 70 responden yang bekerja sebagai pelajar atau pekerjaan lain yang berhubungan dengan pelajar.

#### **4) Statistik Deskriptif**

Dalam analisis ini, kepuasan pelanggan adalah variabel dependen, sedangkan variabel independen yaitu mutu layanan dan atribut produk BSI Mobile. Rata-rata (*mean*), nilai maksimum dan minimum, dan standar deviasi semuanya diperiksa dengan menggunakan statistik deskriptif pada riset ini untuk mengkarakterisasi informasi atau data pada satu variabel. Hasil dan analisis statistik deskriptif yang dilakukan dengan bantuan SPSS tercantum di bawah ini .

**Tabel 1.6 Descriptive Statistics**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std. Deviation</b>
X1	100	31,00	44,00	38,3700	2,51723
X2	100	9,00	15,00	12,8800	1,03748
Y	100	18,00	35,00	30,4200	2,69747
Valid N (listwise)	100				

Sumber data: Data primer, diolah peneliti

Pada tabel 1.6 memperlihatkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan (X1), dengan jumlah sampai 100, memiliki rentang nilai dari 31 sampai 44, nilai rata-rata (*mean*) 38,8, dan standar deviasi. 2,517 adalah hasilnya.

Dengan jumlah sampel 100, variabel fitur produk ponsel (X2) dapat dihitung memiliki nilai sebagai berikut: 9 adalah nilai minimum, 15 nilai maksimum, 12,88 nilai rata-rata, dan 1,037 adalah nilai standar deviasi.

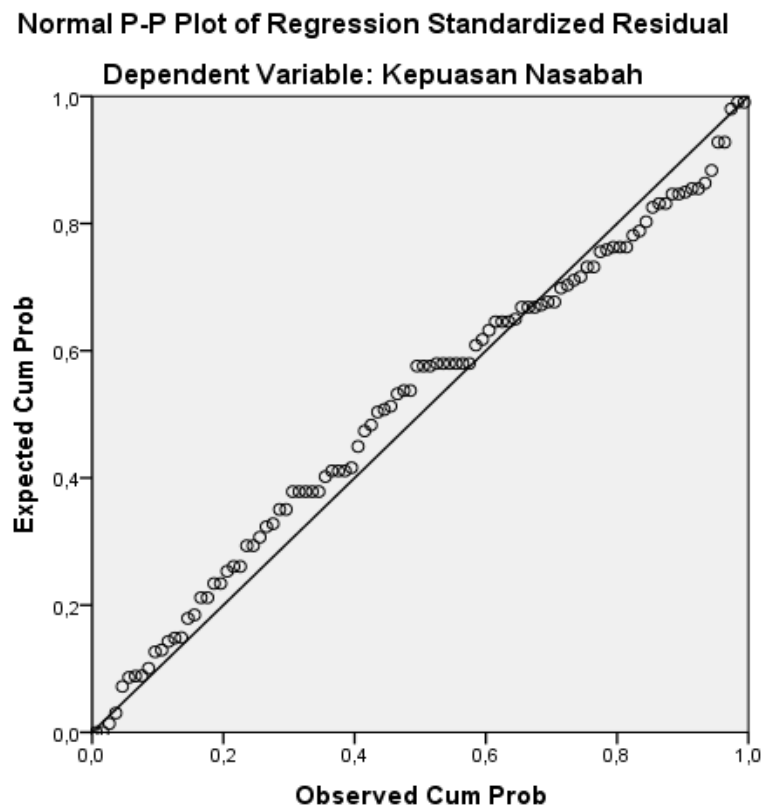
Dengan jumlah sampel sebanyak 100, variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 18 kemudian 35 adalah nilai maksimum, dan 30,42 adalah nilai rata-rata sertasebesar 2,697 yang merupakan nilai standar deviasi.

## 5.Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Data penelitian yang mencoba mengidentifikasi apakah data jumlah atau populasi memiliki sirkulasi sesuai atau tidak (normal atau tidak), maka dilakukan uji normalitas. Nilai residual beredar secara normal apabila titik data mengikuti garis diagonal, tetapi jika titik data menyimpang dari garis diagonal atau tidak berada di garis diagonal, menurut uji normalitas yang penulis lakukan dengan menggunakan PP Plot atau yang biasa dikenal dengan *probability plot*. Selain itu penulis juga menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov* untuk menentukan kekuatan nilai uji normalitas. Menurut metode ini, normalitas terpenuhi apabila nilai *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 namun apabila lebih kecil dari 0,05 maka data dikategorikan tidak normal.

**Gambar 1.2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



**Tabel 1.7 Unstandardized Residual**

	<b>Unstandardized Residual</b>
Kolmogrov-Smirnov Z	0,087
Asymp.Sig. (2-tailed)	0,062

Sumber: Data primer, diolah peneliti

**b. Uji Multikolinieritas**

Untuk menentukan apakah model regresi mempunyai korelasi antara variabel independen atau tidak, temuan penelitian ini diuji dengan menggunakan uji multikolinieritas. Regresi yang kurang baik akan terjadi jika terdapat multikolinieritas. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan beberapa variabel menghasilkan hasil yang sebanding yang menghubungkan satu sama lain dan memungkinkan adanya gangguan. Adapun hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 1.8 Hasil Uji Multikolinieritas**

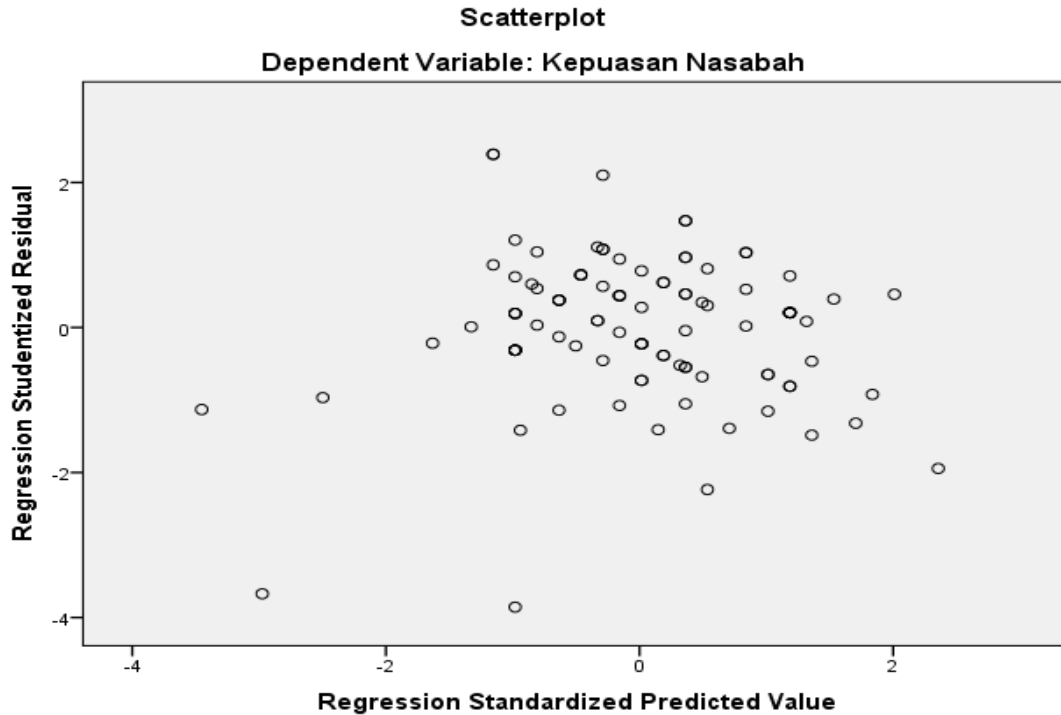
	<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
X1	Kualitas Layanan	0,632	1,582
X2	Fitur Produk	0,632	1,582

Sumber: Data primer, diolah peneliti

**a. Uji Heteroskedastisitas**

Pada data riset, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah varians dari nilai residual sama. Pada kenyataannya, pola regresi linier tidak efektif dan takbisa diandalkan yang terdapat *Statistics for Collinearity* (Riduwan, & Akdon, 2007). Dalam riset ini, peneliti menguji Heteroskedastisitas dengan memakai sistem atau metode Scatterplot agar dapat memberikan hasil yang visual dengan dasar kesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila data tak mempunyai pola, titik-titik data berada di bawah maupun di atas angka 0, dan tak terdapat titik-titik data yang bergerak secara beruntun. Metode uji Glejser digunakan dalam uji heteroskedastisitas untuk menentukan keakuratan hasil numerik. Dengan asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas pada data jika nilai (Sig) antar variabel residual independen lebih besar dari 0,05. Uji heteroskedastisitas menghasilkan temuan sebagai berikut:

**Gambar 1.3 Scatterplot**



Sumber: Data primer, diolah peneliti

**Tabel 1.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

	Variabel	Sig
X1	Kualitas Layanan	0,002
X2	Fitur Produk	0

Sumber: Data primer yang diolah

### 5) Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur dan memastikan arah hubungan antara variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Bone, dengan variabel independen, yaitu fitur produk BSI *Mobile* dan kualitas layanan. Adapun tabel hasil Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Sebagai berikut:

**Tabel 1.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

<b>Model</b>	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>
Constant	6,511	3,162
Kualitas Layanan	,331	,100
Fitur Produk	,792	,193

Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer, diolah peneliti

**6) Hasil Pengujian Hipotesis**

**a. Uji t**

Dengan uji t, Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Bone akan dievaluasi pengaruhnya secara signifikan terhadap kepuasan.

**Tabel 1.11 Hasil Uji t**

<b>Model</b>	<b>T</b>	<b>Sig</b>
Constant	2,059	0,42
Kualitas Layanan	3,313	0.001
Fitur Produk	3,783	0,000

Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer, diolah peneliti

**b. Uji f**

Untuk mengetahui apakah variabel dependen, kepuasan nasabah (Y), dan variabel independen, yaitu kualitas layanan (X1) dan karakteristik produk BSI *Mobile* (X2), Berhubungan secara serentak (simultan), maka dilakukan uji f seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.12 Hasil Uji f**

<b>Model</b>	<b>F</b>	<b>Sig</b>
Regression	39,039	,000
Residual		
Total		

Variabel Dependen: Kepuasa Nasabah

Sumber: Data primer, diolah peneliti

## 7) Koefisien Determinasi

**Tabel 1.13 Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square
Regression	,668	,446

Sumber: Data primer diolah peneliti

### B. Pembahasan

1. Hasil Uji t berdasar pada perolehan uji hipotesis, Kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan, BSI Mobile memiliki korelasi yang searah positif, sesuai dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,331.

Hasil riset sebelumnya oleh Rahmawati & Fiantio (2020) dengan judul “Analisis Deskriptif pada Dimensi Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”. Dimana juga mendukung temuan ini. Menurut temuan riset tersebut, variabel kemudahan yang mengukur kualitas pelayanan, mempunyai nilai rata-rata 3,92, menempatkannya dalam kategori “baik”. Variabel kenyamanan dan keamanan, yang mengukur kualitas layanan, memiliki nilai rata-rata 4,48 dan 4,23, menempatkannya dalam kategori “sangat baik”. Demikian juga nilai rerata variabel sistem aplikasi adalah 4,18 yang mana menunjukkan klasifikasi yang baik untuk kategori tersebut. Nilai mean sebesar 4,14 untuk variabel “kepuasan nasabah” yang menunjukkan kategori baik. Kesimpulannya yaitu bahwasanya kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan.

Temuan ini juga didukung oleh teori kualitas layanan yang diterangkan oleh Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas layanan mengacu pada kualitas suatu produk/jasa yang secara keseluruhan untuk mencapai kapasitasnya untuk memenuhi ekspektasi nasabah. Dikatakan bahwa kualitas layanan yang berpusat pada nasabah atau pelanggan apabila barang/jasa yang dibutuhkan konsumen telah diberikan oleh penjual sesuai dengan keinginan konsumen. Sementara itu, Yang (2001), menegaskan bahwasanya metode untuk memaksimalkan keuntungan dari internet dan kemajuan teknis adalah dengan menyediakan layanan elektronik yang berkualitas tinggi.

2. Berdasar pada hasil uji hipotesis, terdapat hubungan yang memiliki arah yang sama antar variabel fitur produk dengan BSI Mobile beserta kepuasan nasabah, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan dengan jumlah 0,792.

Temuan ini didukung lebih lanjut oleh riset sebelumnya oleh Harinatadan Luthfi (2019) berjudul “Analisis Pengaruh KelengkapanFitur dan Desain Navigasi Aplikasi Perbankan Berbasis Mobile terhadap User Experience Nasabah Individu pada PT. Bank Central Asia TBK”. Temuan dari riset ini menunjukkan bahwasanya kelengkapan fitur dan desain navigasi memiliki nilai masing-masing koefisien regresi sebesar 0,410X1 dan 0,853X2, dan nilai-nilai tersebut memiliki dampak positif terhadap pengalaman pengguna. Sementara itu, dari hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa pengalaman pengguna secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kekompletan fitur dan desain pengetahuan, dilakukan sendiri ataupun dengan bersama-sama.

Berbagai teori yang mendukung penelitian ini mengenai karakteristik dan fitur produk. Atribut produk, seperti yang didefinisikan oleh Tjiptono (1997), adalah komponen-komponen produk yang sangat dihargai oleh konsumen dan digunakan untuk menginformasikan penilaian mereka tentang apakah akan menggunakan atau membeli produk. Ada banyak, model dasar model tambahan, dan fitur yang dapat disertakan pada suatu produk. Perusahaan bisa menciptakan taraf permodelan yang lebih besar pada produk dengan menambahkan fitur tambahan, dan ciri-ciri yang diciptakan oleh perusahaan-perusahaan ini berfungsi sebagai cara bersaing untuk membedakan produk mereka dari produk yang menjadi saingan (Firmansah, 2019).

Teori ekonomi dan ekonomi Islam yang sekarang memiliki perbedaan lumayan penting. Teori ekonomi mikro konvensional mengasumsikan bahwa memasukkan norma-norma ke dalam tingkah laku individu untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi mereka adalah tidak bersangkutan paut, yang merupakan perbedaan signifikan dari batasan-batasan syariah, yang hadir dalam semua kegiatan ekonomi. Berbeda dengan gagasan ekonomi mikro Islam, tatanan syariah memasukkan kriteria dan standar moral sebagai alat untuk pengambilan keputusan, melarang kita untuk terlibat dengan transaksi ribawi dan mengharuskan kita untuk mempertimbangkan isu-isu sosial melalui pemberian amal, infak, wakaf, dan zakat (Abdullah, 2012).

Keunggulan dan karakteristik yang membedakannya dengan mobile banking dan perbankan konvensional terdapat pada salah satu produk digital BSI, BSI Mobile juga memiliki berbagai fitur zakat seperti zakat maal, perdagangan, tabungan dan emas untuk membantu para pelanggan dalam menentukan jumlah zakat yang harus dikeluarkan. Fitur-fitur ini memudahkan nasabah untuk berzakat kapan saja dan dimana saja. Fitur layanan syariah di BSI Mobile, selain

fitur berbagi ziswaf, merupakan representasi dari agama islam yang menandakan bahwa keseimbangan antara dunia dan akhirat harus dicapai.

#### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian dengan menggunakan uji regresi linier berganda dan uji hipotesis mengenai pengaruh kualitas layanan dan fitur produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Bone, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji t ditemukan bahwasanya 0,001 merupakan nilai sig. variabel kualitas layanan yang mana memperlihatkan bahwasanya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Pada perolehan analisis regresi linier berganda dan uji t, diketahui bahwa 0,792 merupakan nilai koefisien regresi dari variabel fitur produk yang mana memperlihatkan bahwasanya nilai tersebut mempunyai arah positif. Nilai sig variabel fitur produk untuk uji t ditemukan sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Hasil Uji f menunjukkan bahwasanya nilai signifikan adalah 0,000 atau kurang dari 0,05, berdasarkan hasil temuan. Kesimpulan: kepuasan pelanggan di BSI Mobile secara signifikan dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan karakteristik produk, baik secara terpisah maupun bersama-sama. Nilai R 0,668 menunjukkan korelasi yang cukup baik antara kepuasan pelanggan atau nasabah dengan produk kualitas dan layanan BSI Mobile. Kualitas layanan dan karakteristik produk BSI Mobile memiliki pengaruh sebesar 44,6% terhadap sisi yang dipengaruhi oleh faktor lain, sesuai dengan nilai R Square sebesar 0,446 .

##### **B. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, kepuasan nasabah di BSI Mobile secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan perusahaan dan atribut produk. Berdasarkan temuan penelitian, PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang sudah berkembang sebagai bank syariah terbesar di negara Indonesia harus selalu konsisten dalam menaikkan atau meningkatkan mutu layanan produk pada BSI Mobile. Bank Syariah Indonesia. selalu melakukan pembaruan atau berinovasi untuk

meningkatkan berbagai fitur yang tersedia pada BSI Mobile, sehingga nasabah hendak merasakan kemudahan juga kenyamanan ketika menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Djunaidi, G, F. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*. CV. Penerbit Qiara Media. 2020.
- Febry,T., & Teofilus.(2020). *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. CV. Media Sains Indonesia. 2020.
- Firmansah, A. *Pemasaran Produk dan Merk (Planning & Strategi)*. CV. Penerbit Qiara Media. 2019.
- Gaspersz,V. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2008
- Ginantara, Purba, Tojiri, Yusuf, M., Siregar, H., Lora, Sudirman, A., & Siswanti, I. (2020). *Teknologi Financial: Sistem Financial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis. 2020.
- Hair, F, J., Black, C,W., Babin, J,B., & Anderson, E,R. (1998). *Multivariate Data Analysis*.Upper Saddle River.
- Ifham, A. *INI LHO BANK SYARIAH: Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2015.
- Ismayani, A. *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press. 2020.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Rajawali Pers. 2012.
- Kotler, & Keller. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. 2012.
- Kotler,P.,&Keller,K.L.*MarketingManagement15/e*.InPrenticeHall. 2016.
- Lexy j. Moelong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Ed. Revisi (Cet. 22; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), h.189.
- Martilla, J. A., & James, J. C. Importance-Performance Analysis. *Journal* 1977.
- Nuralam, Perwangsa, I. *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. UB Press. 2017.
- Poon,W.C. Users' adoptionofe - banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. 2008.

- Ratminto, Fidyaa, S., Rima, R., Lutfi, U., Wahyuni, S., & Apriyanti, S. (2018). *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z*. UGM Press.
- Rauyruen, P., & Miller, K. E. Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*, 60 (1), 21–31. 2007.
- Riduwan, & Akdon. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika untuk Penelitian (Administrasi Pendidikan – Bisnis – Pemerintahan – Sosial –Kebijakan – Ekonomi – Hukum – Manajemen - Kesehatan*. Alfabeta. 2007.
- Riel, V., Lijander, & Jurriens. Exploring Consumer Evaluation of E-Services: a Portal Site. *International Journal of Service Industry Management*, 12, 359–377. 2001
- Riswandi, A. B. *Aspek Hukum Internet Banking*. Persada. 2005.
- Rotchanakitumnuai, S., & Speece, M. Barriers to Internet banking adoption: A qualitative study among corporate customers in Thailand. *International Journal of Bank Marketing*. 2003.
- Rust, R., & Lemon, K. E-Service and the Consumer. *International Journal of Electronic Commerce*, 5, h.85–101, 2001
- Saleh, T. *Tren Digital, Bos Bank Syariah Indonesia Beberapa Strateginya*. 2021.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif DAN R&D*. Alfabeta. 2011.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranada media Groub.
- Suryani, T. *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Pranada media Groub. 2017.
- Suwarno, B. *Pengantar Aplikasi Statistika dalam Penelitian Pendidikan*. PPs Universitas Pendidikan Indonesia. 2005.
- Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. 2008.
- Wulandari, R., & Rusmahafi, Aulawi, F. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Nas Media Pustaka. 2020
- Yusmad, A. M. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish. 2018