

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum PT Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Kabupaten Tabalong

a. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia (BSI)

Lembaga yang sering di sebut Bank Syariah Indonesia (BSI) di dirikan di Indonesia dengan nama Bank Syariah Mandiri (BSM). Di bidang jasa Keuangan, BSM merupakan korporasi yang bekerja sesuai dengan dasar prinsip syariah Islam. Setelah krisis ekonomi dan moneter tahun 1997. BSM didirikan bertepatan pada tahun 1999.

Dalam keadaan saat itu, sistem perbankan nasional yang sebagian besar di kuasai oleh bank konvensional sedang menghadapi krisis yang sangat seirus. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia bergerak cepat dan tegas dengan mengambil kembali beberapa bank yang berlokasi di tanah air. Kemudian, menanggapi keputusan merger, Bank Mandiri membentuk tim untuk menggabungkan bisnis kedua perusahaan dan mengembangkan sistem perbankan syariah. Dalam rangka memfasilitasi pengembangan layanan perbankan syariah di lingkungan grup usaha Bank Mandiri, hal ini dilakukan agar Bank Syariah Mandiri dapat berkembang menjadi lembaga keuangan yang mampu mengintegrasikan prinsip agama dan prinsip bisnis dalam oprasionalnya.

BSI didirikan bertujuan untuk mengoptimalkan pasar keuangan syariah indonesia karena mayoritas penduduknya beragama Islam. Oleh karena itu, diresmikan pada Senin, 1 Februari 2021. Bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB, 19 Jumadil Akhir 1442 H. Penggabungan ketiga Bank Syariah akan memberikan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Diharapkan penggabungan ketiga Bank Syariah ini akan menumbuhkan rasa hormat masyarakat terhadap Bank Syariah, yang diharapkan dapat menjadi sumber daya baru untuk pertumbuhan ekonomi bangsa dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Kemudian, Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri Melakukan merger dengan dua bank lainnya, yaitu PT BNI Syariah serta PT BRI Syariah, membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Pada 27 Januari 2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan surat nomor SR-3/PB.1/2021 yang Resmi menyetujui penggabungan tiga bank syariah. Kolaborasi tiga bank tersebut di luncurkan Presiden Joko Widodo pada tanggal 1 Februari 2021. BSI telah tersebar di banyak lokasi di indonesia dan BSI KC Tanjung Tabalong merupakan salah satu anak perusahaannya. (Bank Syariah Indonesia, 2023)

b. Visi Misi Bank Syariah Indonesia

1) Visi

“Top 10 Global Islamic Bank”

2) Misi

a) Memberikan Akses Solusi Keuangan Syariah di Indonesia.

“Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+ T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025”.

b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham “Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)”

c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan bagi para talenta terbaik Indonesia “Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja” (Bank Syariah Indonesia, 2023.)

c. Budaya/Nilai-nilai Perusahaan

BUMN merupakan badan hukum pertama yang mendirikan Bank Syariah Indonesia, dan masih menguasai sebagian besar saham bank tersebut hingga saat ini. Sehubungan dengan hal tersebut, BSI menjadikan “AKHLAK” sebagai nilai bisnis. Hal ini disebabkan pelaksanaan indikasi yang tertuang dalam Surat Edaran Kementerian BUMN. SE-7/MBU/07/2020 menegaskan bahwa seluruh badan usaha milik negara (BUMN) harus mengedepankan penerapan nilai-nilai inti tersebut sebagai landasan pengembangan kepribadian 49 sumber daya manusia (SDM). (BSI, 2022).

Artinya konsep AKHLAK dapat diartikan sebagaimana berikut:

- 1) Amanah, Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
- 2) Kompeten, terus belajar dan mengembangkan kapasitas.
- 3) Harmonis, saling peduli dan menghargai perbedaan.
- 4) Loyal, Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara
- 5) Adaptif, terus berinovasi dan antusias dalam meggerjakan ataupun menghadapi perubahan.
- 6) Kolaboratif, Membangun kerja sama yang sinergis.

d. Struktur PT Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Kabupaten Tabalong

Perusahaan harus mempunyai struktur organisasi yang terstruktur yang kuat yang dibangun di atas bidang keahlian sumber daya manusia yang bisa menyokong kinerja serta melaksanakan rencana strategis perusahaan, yang dirumuskan sebagaimana berikut: untuk mewujudkan misi, visi serta tujuan perusahaan, maka Perusahaan perlu mempunyai struktur organisasi yang kokoh.

Struktur Pengurus PT. BSI KC Tanjung adalah sebagai berikut :

- 1) Nur Rahmad (*Branch manager*)
- 2) Japrudin Munir (*Branch office Service Manajer*)
- 3) Nahdiaturrakhimiah (*Micro Relationship Manager Team Leader*)
- 4) Ramsyah (*Funding Officer Supervisor*)
- 5) Sofyan Amin Samsurya (*Funding Transaction*)

- 6) Aspul Anwar (*Personal Sales Representative*)
- 7) Aditya Puguh Nugroho (*Priority Associate*)
- 8) Abi Wijaya dan Erni Widiyawati (*consumer Banking Relationship*)
- 9) Rizky Amelia (*Costumer Service*)
- 10) Risya Febrianti (*Teller*)
- 11) Rahmatullah Fajar Ryan S (*Teller Kriya*)
- 12) . Riski Ayu Lestari (*Operational Support*)
- 13) Ibnu Maulana (*Relationship Sales Executive Agen*)
- 14) Maulida Rahmah dan Taufik Kurahman Ramadhani (*Relationship Sales Executive Mikro*)
- 15) Supriansyah, Riski Jolpan Saputra, Yudin, dan Muhammad Erpiani (*Security*)
- 16) Ahril Hidayat (*Office Boy*)
- 17) Ade Antana dan Sardi Rasyid (*Driver*)

e. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI)

- 1) Produk Penghimpunan Dana
 - a) Tabungan (Wadiah & Mudharabah)
 - b) Giro
 - c) Deposito Syariah
- 2) Produk Pembiayaan
 - a) Pembiayaan konsumtif (rumah, kendaraan, emas)
 - b) Pembiayaan usaha (UMKM & ritel)
 - c) Pembiayaan korporasi

3) Produk Jasa / Layanan

- a) Mobile Banking (BSI Mobile / BYOND)
- b) Internet Banking (BSI Net)
- c) SMS Banking
- d) Transfer dan pembayaran
- e) Pembelian (pulsa, token listrik, dll)
- f) QRIS (pembayaran digital)
- g) Tarik tunai tanpa kartu
- h) Safe Deposit Box
- i) Layanan prioritas (BSI Prioritas & Private)
- j) Layanan Islami (zakat, infaq, sedekah, wakaf)

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri atas 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan pengguna aktif layanan mobile banking dan layanan langsung di Tabalong. Data deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi responden yang berfungsi sebagai informasi pendukung dalam menafsirkan hasil penelitian. Adapun karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, rentang usia, tingkat pendidikan, dan Dengan menerapkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu responden yang kebetulan ditemui dan bersedia mengisi kuesioner, data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis untuk menghasilkan gambaran umum

mengenai profil pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) di Tabalong

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden pengguna layanan *mobile banking* dan layanan langsung Bank Syariah Indonesia (BSI).

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil edaran angket menunjukkan bahwa 41 responden (41%) berjenis kelamin laki-laki, dan 59 responden (59%) berjenis kelamin perempuan dari total 100 responden. Perbedaan jumlah responden tersebut terjadi karena proses pengisian kuesioner dilakukan secara sukarela, sehingga responden perempuan lebih banyak berpartisipasi dalam pengisian angket penelitian ini.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai rentang usia pengguna layanan *mobile banking* dan layanan langsung Bank Syariah Indonesia (BSI).

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	19 – 30	73	73%
2	31 – 40	13	13%
3	41 – 50	14	14%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan umur, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 19–30 tahun yaitu sebanyak 73 orang (73%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan kelompok usia muda atau usia produktif. Selanjutnya, responden yang berusia 31–40 tahun berjumlah 13 orang (13%), sedangkan responden dengan usia 41–50 tahun sebanyak 14 orang (14%). Dominasi responden pada usia 19–30 tahun menunjukkan bahwa layanan perbankan, khususnya *mobile banking*, lebih banyak digunakan oleh generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi digital dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih tua.

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Data mengenai responden yaitu jenjang pendidikan terakhir pada pengguna layanan *mobile banking* dan layanan langsung Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	9	9%
2	SMP/Sederajat	7	7%
3	SMA/Sederajat	64	64%
4	D3/Sederajat	3	3%
5	S1/Sederajat	17	17%
	Total	100	100 %

sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat yaitu sebanyak 64 orang (64%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan menengah.

Selanjutnya, responden dengan pendidikan S1/ sederajat sebanyak 17 orang (17%), SD/ sederajat sebanyak 9 orang (9%), SMP/ sederajat sebanyak 7 orang (7%), dan D3/ sederajat sebanyak 3 orang (3%). Dominasi pendidikan SMA menunjukkan bahwa responden cukup mampu memahami penggunaan layanan perbankan, termasuk layanan mobile banking, meskipun tidak semuanya berasal dari latar belakang pendidikan tinggi.

4. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan

Data mengenai jenis pekerjaan responden pengguna layanan *mobile banking* dan layanan langsung Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	35	35%
2	Wiraswasta	20	20%
3	PNS/BUMN	14	14%
4	Ibu Rumah Tangga	13	13%
5	Petani	9	9%
6	Karyawan	3	3%
7	Guru	4	4%
8	Magang	1	1%
9	Pegawai Bank	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 35 orang (35%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan muda yang cenderung lebih aktif menggunakan layanan digital seperti mobile banking. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang (20%), PNS/BUMN sebanyak 14 orang

(14%), dan ibu rumah tangga sebanyak 13 orang (13%). Selain itu, terdapat responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 9 orang (9%), guru sebanyak 4 orang (4%), karyawan sebanyak 3 orang (3%), serta masing-masing 1 orang (1%) untuk kategori magang dan pegawai bank. Variasi pekerjaan ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian memiliki latar belakang yang beragam, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih representatif terhadap tingkat kepuasan nasabah.

A. Variabel Penelitian

Analisis deskriptif ini dikerjakan untuk menyampaikan deskripsi mengenai variabel-variabel yang dipakai pada penelitian. Penelitian ini melibatkan tiga variabel, Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu layanan *mobile banking* (X1) dan layanan langsung (X2), serta variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik data serta kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian.

1. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

a. Indikator Kepuasan secara keseluruhan.

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	1	1%
4	Setuju	80	80%
5	Sangat Setuju	12	12%
	Total	100	100 %

Sumber : Data primer diolah, 2026

Berdasarkan data hasil kuesioner pada indikator Y, menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang sangat positif. Sebanyak 80 responden (80%) menyatakan Setuju dan 12 responden (12%) menyatakan Sangat Setuju. Sementara itu, responden yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 6 orang (6%), serta masing-masing 1 responden (1%) menyatakan Netral dan Sangat Tidak Setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden sepakat dengan pernyataan pada indikator Y.

b. Indikator kepuasan terhadap *mobile banking*

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Minat
Pembelian Ulang pada Layanan *Mobile Banking*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	1	1%
4	Setuju	78	78%
5	Sangat Setuju	14	14%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah, 2026

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi untuk indikator Y, diperoleh gambaran bahwa sebanyak 78 responden (78%) memilih alternatif jawaban Setuju dan 14 responden (14%) memilih Sangat Setuju. Di sisi lain, terdapat 6 responden (6%) yang menyatakan Tidak Setuju, serta masing-masing 1 responden (1%) memilih Sangat Tidak Setuju dan Netral. Hasil ini menunjukkan kecenderungan responden yang menyetujui poin yang dinyatakan pada Y.

c. Indikator kepuasan terhadap layanan langsung

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Pembelian
Ulang Pada Layanan Langsung

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	7	7%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	67	67%
5	Sangat Setuju	15	15%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah, 2026

Berdasarkan hasil tabulasi data pada indikator Y, diketahui bahwa sebanyak 67 responden (67%) memberikan jawaban Setuju dan 15 responden (15%) memberikan jawaban Sangat Setuju. Responden yang memberikan penilaian Netral adalah sebanyak 11 orang (11%), dan yang menyatakan Tidak Setuju sebanyak 7 orang (7%). Tidak ada responden (0%) yang memilih Sangat Tidak Setuju pada indikator ini.

d. Indikator peningkatan konfirmasi / kesesuaian harapan

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator konfirmasi /
kesesuaian harapan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	0	0%
4	Setuju	81	81%
5	Sangat Setuju	12	12%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2026

Hasil analisis deskriptif pada indikator Y menunjukkan bahwa pilihan jawaban Setuju mendominasi dengan total 81 responden (81%), diikuti oleh pilihan Sangat Setuju sebanyak 12 responden (12%). Adapun responden yang menyatakan

Tidak Setuju sebanyak 6 orang (6%) dan Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang (1%). Tidak ada responden yang memilih opsi Netral (0%), yang berarti persepsi responden pada indikator ini cenderung tegas memihak pada arah yang positif.

2. Variabel layanan *Mobile Banking*

1. Indikator kenyamanan bertransaksi

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kenyamanan Bertransaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	41	41%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah, 2026

Distribusi jawaban responden pada indikator X1.1 menunjukkan hasil yang berimbang pada kategori positif, di mana sebanyak 47 responden (47%) menyatakan Setuju dan 41 responden (41%) menyatakan Sangat Setuju. Sebanyak 11 responden (11%) mengambil sikap Netral, dan hanya 1 responden (1%) yang menyatakan Tidak Setuju. Opsi Sangat Tidak Setuju tidak dipilih oleh satu pun responden (0%).

b. Variabel keandalan sistem *mobile banking*.

Tabel 4.10
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keandalan Sistem *Mobile Banking*

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	37	37%

	Total	100	100%
--	--------------	------------	-------------

Sumber : Data primer di olah, 2026

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada indikator X1.2, didapatkan bahwa persentase tertinggi berada pada pilihan jawaban Setuju yaitu sebesar 51% (51 responden), disusul oleh pilihan Sangat Setuju sebesar 37% (37 responden). Responden yang memilih jawaban Netral adalah sebanyak 12 orang (12%). Pada indikator ini, tidak ada responden yang menyatakan Tidak Setuju maupun Sangat Tidak Setuju (0%).

c. Indikator Kelengkapan Fitur

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator kelengkapan fitur

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	52	52%
5	Sangat Setuju	33	33%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah, 2026

Hasil deskripsi penilaian responden untuk indikator X1.3 memperlihatkan bahwa sebanyak 52 responden (52%) menyatakan Setuju dan 33 responden (33%) menyatakan Sangat Setuju. Sementara responden yang memilih alternatif Netral adalah sebanyak 13 orang (13%), dan yang menyatakan Tidak Setuju hanya sebanyak 2 orang (2%). Tidak ditemukan adanya responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (0%).

d. Indikator keamanan transaksi

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator keamanan transaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	43	43%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah,2026

Melalui tabel distribusi frekuensi indikator X1.4, diketahui bahwa sebanyak 47 responden (47%) memberikan jawaban Setuju dan 43 responden (43%) memberikan jawaban Sangat Setuju. Selanjutnya, terdapat 10 responden (10%) yang memilih jawaban Netral. Sama seperti indikator sebelumnya, tidak ada responden yang memberikan nilai penilaian Tidak Setuju maupun Sangat Tidak Setuju (0%).

e. Indikator kecepatan transaksi

Tabel 4.13
Proses transfer dan pembayaran diproses dengan cepat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	43	43%
Total		100	100%

Sumber : Data primer di olah,2026

Berdasarkan hasil tabulasi, indikator X1.5 memiliki pola sebaran jawaban yang identik dengan indikator X1.4. Mayoritas responden terkonsentrasi pada jawaban Setuju yaitu sebanyak 47 orang (47%) dan Sangat Setuju sebanyak 43

orang (43%). Sikap Netral dipilih oleh 10 responden (10%), sedangkan opsi Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tetap bernilai kosong atau 0%.

f. Indikator kewajaran biaya layanan.

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator kewajaran biaya transaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	38	38%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah,2026

Pada indikator X1.6, terlihat bahwa persepsi responden didominasi oleh penilaian Setuju dengan frekuensi sebanyak 50 responden (50%) dan Sangat Setuju sebanyak 38 responden (38%). Responden yang memilih ragu-ragu atau Netral tercatat sebanyak 12 orang (12%). Indikator ini juga bersih dari penilaian negatif (Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju bernilai 0%).

g. Indikator ketanggapan layanan pengaduan customer

Tabel 4.15
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator ketanggapan layanan pengaduan customer

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	43	43%
	Total	100	100%

Sumber : Data primer di olah,2026

Tanggapan responden terhadap indikator X1.7 kembali menunjukkan konsentrasi pada penilaian positif, yakni sebanyak 47 responden (47%) menyatakan

Setuju dan 43 responden (43%) menyatakan Sangat Setuju. Opsi Netral hanya diisi oleh 10 responden (10%), sementara opsi Tidak Setuju serta Sangat Tidak Setuju bernilai 0%.

h. Indikator Kemudahan penggunaan

Tabel 4.16
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator kemudahan penggunaan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	38	38%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Untuk indikator terakhir pada variabel X1, yaitu X1.8, hasil deskriptif menunjukkan sebanyak 51 responden (51%) memberikan respon Setuju dan 38 responden (38%) memberikan respon Sangat Setuju. Sisanya, terdapat 11 responden (11%) yang bersikap Netral, tanpa adanya responden yang memilih kategori Tidak Setuju maupun Sangat Tidak Setuju (0%).

3. Variabel pelayanan langsung (X2)

a. Indikator bukti fisik.

Tabel 4.17
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator kondisi fisik (gedung, ruang, fasilitas layanan)

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	41	41%
	TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Memasuki variabel X2, indikator X2.1 menghasilkan persepsi di mana 47 responden (47%) menyatakan Setuju dan 41 responden (41%) menyatakan Sangat Setuju. Responden yang memilih jawaban Netral berjumlah 11 orang (11%), dan hanya ada 1 responden (1%) yang menyatakan Tidak Setuju. Pilihan Sangat Tidak Setuju tidak memiliki frekuensi sama sekali (0%).

b. Indikator keandalan

Tabel 4.18
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator keandalan:
ketepatan waktu pelayanan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	37	37%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Hasil analisis deskriptif pada indikator X2.2 menunjukkan bahwa sebanyak 47 responden (47%) memilih alternatif Setuju, diikuti oleh 37 responden (37%) yang memilih Sangat Setuju. Penilaian Netral diberikan oleh 10 responden (10%). Adapun untuk penilaian negatif, terdapat 5 responden (5%) memilih Tidak Setuju dan 1 responden (1%) memilih Sangat Tidak Setuju.

c. Indikator Daya Tanggap.

Tabel 4.18
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator
Kecepatan Melayani Pelanggan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat TidakSetuju	3	3%
2	Tidak Setuju	10	10%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	48	48%

5	Sangat Setuju	28	28%
	Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah 2026

Indikator X2.3 memperlihatkan sebaran jawaban yang paling bervariasi di antara indikator lainnya. Meski mayoritas tetap berada pada kategori Setuju dengan 48 responden (48%) dan Sangat Setuju dengan 28 responden (28%), namun angka penolakan pada indikator ini cukup terlihat. Tercatat sebanyak 10 responden (10%) menyatakan Tidak Setuju dan 3 responden (3%) menyatakan Sangat Tidak Setuju, sementara 11 responden (11%) memilih Netral.

d. Indikator Jaminan / Kepastian

Tabel 4.19
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator
Kesopanan Dan Keramahan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	40	40%
	Total	100	100 %

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan tabel indikator X2.4, respon dari para responden kembali menunjukkan tren positif yang solid. Sebanyak 50 responden (50%) menyatakan Setuju dan 40 responden (40%) menyatakan Sangat Setuju. Pilihan jawaban Netral hanya diambil oleh 10 responden (10%), sedangkan opsi pilihan Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju tidak dipilih oleh siapa pun (0%).

e. Indikator Empati

Tabel 4.20
Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Sikap Peduli

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	37	37%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah 2026

Pada indikator penutup yaitu X2.5, diperoleh hasil bahwa sebanyak 48 responden (48%) memberikan penilaian Setuju dan 37 responden (37%) memberikan penilaian Sangat Setuju. Untuk penilaian Netral dipilih oleh 10 responden (10%), dan terdapat 5 responden (5%) yang menyatakan Tidak Setuju. Tidak ada responden yang memilih alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju (0%).

B. Hasil analisis statistik

1. Uji Kualitas Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51), uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai tingkat keabsahan atau validitas dari instrumen kuesioner yang digunakan. Adapun capaian hasil dari pengujian validitas dalam penelitian ini dirangkum secara rinci pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.21
Uji validitas variabel X dan Y

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1 (Layanan Mobile)	Kenyamanan	1	0,897	0,197	Valid
	Keamanan Sistem	1	0,921	0,197	Valid

<i>banking)</i>	Kelengkapan Fitur	1	0,726	0,197	Valid
	Keamanan Informasi	1	0,865	0,197	Valid
	Kecepatan Transaksi	1	0,790	0,197	Valid
	Biaya Layanan	1	0,898	0,197	Valid
	Kemudahan Akses	1	0,681	0,197	Valid
	Kemudahan Bahasa	1	0,882	0,197	Valid
X2 (Pelayan an Langsun g)	Kejelasan Informasi	1	0,600	0,197	Valid
	Kesesuaian Pelayanan	1	0,683	0,197	Valid
	Kecepatan Pelayanan	1	0,667	0,197	Valid
	Sikap Kesopanan	1	0,823	0,197	Valid
	Ketanggapan Keluhan	1	0,757	0,197	Valid
Y (Penggu naan <i>Mobile banking</i>)	Kepuasan nasabah	1	0,588	0,197	Valid
	Layanan mobile banking	1	0,793	0,197	Valid
	layanan langsung	1	0,635	0,197	Valid
	Peningkatan layanan	1	0,596	0,197	Valid

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r-tabel (0,197). Dengan demikian, seluruh item pada variabel X1 (layanan mobile banking), X2 (pelayanan langsung), dan Y (kepuasan/ penggunaan *mobile banking*) dinyatakan valid.

a. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat konsistensi atau keandalan dari suatu instrumen penelitian ketika digunakan secara berulang (Ghozali, 2018:45).

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diterapkan guna memastikan bahwa kuesioner yang disebarkan kepada responden konsisten dan memenuhi kriteria keandalan. Suatu instrumen riset dikategorikan reliabel jika koefisien *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil olah data menggunakan bantuan program SPSS Statistics 23, berikut disajikan rangkuman hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4.22
Hasil uji realibilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	keterangan
Layanan mobile banking	0,937	Reliabel
Layanan langsung	0,721	Reliabel
Kepuasan pelayanan	0,825	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2026

Didasarkan hasil uji reliabilitas yang tercantum pada tabel 4.22 dihasilkan *Cronbach's alpha* tiap-tiap variabel lebih besar dari 0,60 Hal tersebut memperlihatkan bahwasanya item pernyataan yang terdapat pada instrumen penelitian dianggap reliabel.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi variabel-variabel penelitian secara kuantitatif. Dalam penelitian ini, deskripsi data disajikan melalui nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai

minimum, serta standar deviasi pada setiap variabel (Ghozali, 2018:19). Pengolahan statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistics 23.

Tabel 4.23
Hasil uji deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	20	40	34,33	5,133
X2	100	12	25	20,00	3,493
Y.1	100	11	20	16,06	2,164
Valid N (listwise)	100				

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.23 di atas, maka dapat dijabarkan deskripsi sebaran data dari masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel layanan *mobile banking* (X1) menunjukkan nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 40. Nilai rata-rata (*mean*) yang diperoleh adalah sebesar 34,33 dengan standar deviasi sebesar 5,133. Angka rata-rata yang tinggi ini mengindikasikan bahwa secara umum persepsi responden terhadap indikator-indikator kenyamanan, keamanan sistem, kelengkapan fitur, hingga kemudahan akses aplikasi *mobile banking* BSI dinilai sudah sangat baik dan cenderung tinggi menurut pandangan nasabah.
2. Variabel Layanan Langsung (X2) Hasil analisis deskriptif untuk variabel layanan langsung (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 25. Variabel ini mencatatkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 20,00 dengan nilai standar deviasi sebesar 3,493. Hal ini

mencerminkan bahwa para responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap pelayanan tatap muka yang diberikan oleh petugas di kantor cabang, baik dari aspek kejelasan informasi, kesesuaian pelayanan, maupun sikap kesopanan petugas.

3. Variabel Kepuasan Pelayanan (Y.1) Untuk variabel dependen kepuasan pelayanan (Y.1), hasil pengujian menunjukkan nilai minimum sebesar 11 dan nilai maksimum sebesar 20. Nilai rata-rata (*mean*) yang dihasilkan adalah sebesar 16,06 dengan standar deviasi sebesar 2,164. Nilai rata-rata tersebut memberikan gambaran bahwa tingkat kepuasan nasabah BSI KC Tanjung Tabalong berada pada kategori yang baik dan bernilai positif. Nasabah merasa bahwa harapan mereka secara umum telah terpenuhi melalui pemanfaatan layanan finansial utama yang disediakan bank.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas dimana pengujian prasyarat ini diterapkan khusus pada analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2018,:105).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* melalui bantuan program SPSS

dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,060	Berdistribusi Normal

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.24 di atas, hasil pengujian statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,060.

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas, apabila nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari taraf signifikansi 5% atau 0,05 ($0,060 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini membuktikan bahwa data kuesioner yang dikumpulkan dari 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong terkait variabel Layanan *Mobile Banking* (X1), Layanan Langsung (X2), dan Kepuasan Pelayanan (Y.1) telah memenuhi asumsi normalitas. Dengan terpenuhinya asumsi ini, model regresi yang digunakan dinyatakan logis dan valid untuk dilanjutkan ke pengujian asumsi klasik berikutnya serta analisis regresi linear berganda.

b. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam model regresi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa terdapat hubungan fungsional yang

bersifat linear antara kedua variabel dalam populasi, sebagai salah satu prasyarat sebelum dilakukan analisis regresi. Melalui uji ini dapat diketahui apakah hubungan antara kedua variabel terjadi secara signifikan.

Penentuan hasil uji didasarkan pada nilai signifikansi *Deviation from Linearity*, di mana jika nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka hubungan antar variabel dianggap linear, sedangkan apabila nilainya kurang dari 0,05 maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linear.

Tabel 4.25
Hasil Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Indikator Uji	Nilai Signifikansi (Sig.)	Batas Alpha	Status
X1 terhadap Y.1	<i>Deviation from Linearity</i>	0,209	> 0,05	Linier
X2 terhadap Y.1	<i>Deviation from Linearity</i>	0,587	> 0,05	Linier

Sumber: Data primer diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.25 di atas, hasil pengujian asumsi linearitas untuk masing-masing hubungan variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Hubungan Variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y). Berdasarkan hasil olah data SPSS, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* untuk hubungan antara variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) dengan Kepuasan Pelayanan (Y) sebesar 0,209. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan ($0,209 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara Layanan *Mobile Banking* (X1) dengan Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong.

2) Hubungan Variabel Layanan Langsung (X2) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y.1). Berdasarkan hasil olah data SPSS, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* untuk hubungan antara variabel Layanan Langsung (X2) dengan Kepuasan Pelayanan (Y.1) sebesar 0,587. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih besar dari batas alpha 0,05 ($0,587 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Layanan Langsung (X2) dengan Kepuasan Pelayanan (Y.1) nasabah terbukti memiliki hubungan yang linear.

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya multikolinieritas yang tinggi.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) melalui bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.26
Hasil uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,409	2,442	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0,409	2,442	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.26 di atas, hasil pengujian asumsi multikolinieritas untuk masing-masing variabel independen dapat dijelaskan sebagai berikut:

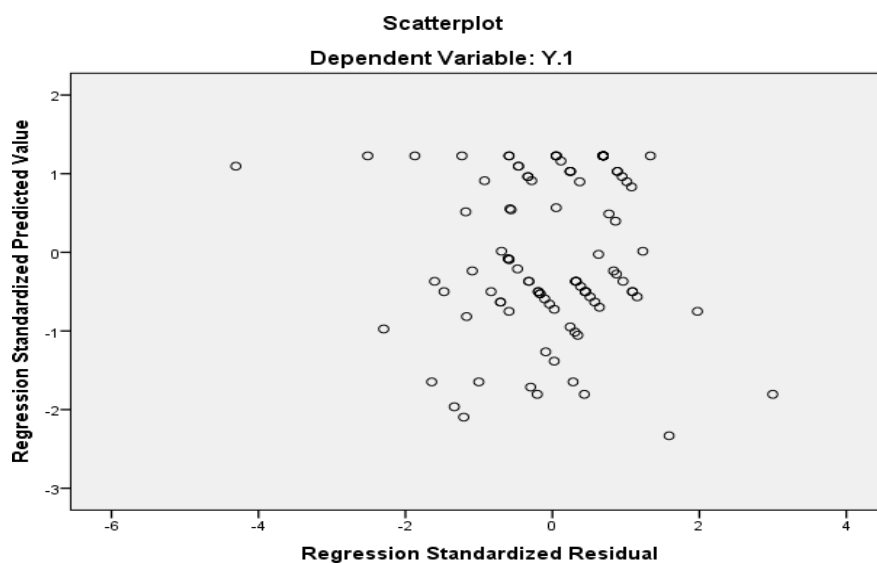
- 1) Variabel Layanan *Mobile Banking* (X1). Berdasarkan hasil olah data SPSS, nilai *Tolerance* untuk variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) adalah sebesar 0,409, yang nilainya lebih besar dari batas minimal 0,10 ($0,409 > 0,10$). Sedangkan nilai VIF yang diperoleh adalah sebesar 2,442, yang nilainya jauh lebih kecil dari batas maksimal 10 ($2,442 < 10$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pada variabel X1 tidak terdapat gejala multikolinieritas.
- 2) Variabel Layanan Langsung (X2). Berdasarkan hasil olah data SPSS, nilai *Tolerance* untuk variabel Layanan Langsung (X2) adalah sebesar 0,409, yang nilainya berada di atas 0,10 ($0,409 > 0,10$). Sementara itu, nilai VIF yang dihasilkan adalah sebesar 2,442, yang nilainya berada di bawah angka 10 ($2,442 < 10$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pada variabel X2 juga tidak ditemukan adanya gejala multikolinieritas.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan Scatterplot bertujuan untuk menunjukkan bahwa model regresi dikatakan bebas dari gejala heterokedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk

pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Kondisi ini menandakan bahwa sebaran residual bersifat konstan antar pengamatan sehingga model dinilai layak untuk digunakan.

Gambar 4.1
Uji heteroskedastisitas (scatterplott)



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di sekitar sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, sehingga layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh parsial beberapa variabel independen, terhadap variabel dependen, yaitu penggunaan layanan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

Tabel 4.27
Hasil uji regresi linier berganda

Variabel	<i>Original sample</i>	Signifikansi (Sig.)	Keterangan
Mobile banking X1	0,240	0,000	Berpengaruh positif
Layanan langsung X2	0,100	0,157	Berpengaruh positif
Constan (a)	5,825	0,000	-

Sumber : data primer diolah, 2026

Nilai a sebesar 5,825 merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel Nilai layanan mobile banking, dan layanan langsung maka nilai regresi untuk kepuasan nasabah Bank Syariah (Y) tetap sebesar 5,825. Berdasarkan hasil uji analisis regresi pada tabel 4.26 maka dapat diketahui model uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Persamaan Regresi

$$Y = 5,825 - 0,240 X_1 + 0,100X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut.

- 1) Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 5,825. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel layanan mobile banking (X1) dan layanan langsung (X2) dianggap konstan, maka nilai kepuasan (Y) sebesar 5,825.

2) Variabel layanan mobile banking (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,240 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin baik layanan mobile banking yang diberikan, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan meningkat.

3) Sementara itu, variabel layanan langsung (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,100 dengan nilai signifikansi sebesar 0,157 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa layanan langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, peningkatan layanan langsung belum tentu diikuti dengan peningkatan kepuasan secara signifikan.

a. Uji parsial (uji T)

Uji T (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu atau parsial mempunyai pengaruh yang nyata atau signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , atau dengan melihat nilai signifikansi (*Sig.*).

Untuk menentukan nilai t_{tabel} , digunakan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($100 - 3 = 97$) pada tingkat signifikansi 5% (0,050), sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai *Sig.* < 0,050, maka hipotesis diterima (variabel independen

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen). Hasil pengujian parsial dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.28
Hasil uji parsial (uji T)

Variabel	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	t- hitung	Signifikansi (Sig.)	Keterangan
(Constant)	5,825	1,070	5,445	0,000	—
Mobile Banking (X1)	0,240	0,048	5,025	0,000	Positif, Signifikan
Layanan Langsung (X2)	0,100	0,070	1,426	0,157	Positif, Tidak Signifikan

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.27 di atas, hasil analisis uji parsial (Uji T) untuk masing-masing variabel independen dapat dijelaskan secara mendalam sebagai berikut:

1. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* (X1) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y.1). Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) sebesar 5,025. Nilai ini lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,984 ($5,025 > 1,984$). Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan menunjukkan angka 0,000, yang nilainya jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0,050 ($0,000 < 0,050$). Nilai koefisien regresi (B) bertanda positif sebesar 0,240.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik, aman, dan mudah

layanan *mobile banking* yang diberikan oleh BSI, maka akan meningkatkan tingkat kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh nasabah secara nyata.

2. Pengaruh Layanan Langsung (X2) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y.1).
Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel Layanan Langsung (X2) sebesar 1,426. Nilai ini lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,984 ($1,426 < 1,984$). Di samping itu, nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0,157, yang nilainya lebih besar dari taraf signifikansi 0,050 ($0,157 > 0,050$). Nilai koefisien regresi (B) bertanda positif sebesar 0,100.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Layanan Langsung (X2) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas pelayanan tatap muka langsung (seperti interaksi dengan *teller* atau *customer service*) dinilai bermakna positif, perubahan atau variasi yang ada pada layanan langsung tersebut belum memberikan kontribusi perubahan yang signifikan atau berdampak kuat terhadap akumulasi kepuasan pelayanan nasabah secara individual dalam model riset ini.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F (simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang ada di dalam model mempunyai pengaruh yang nyata dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali,

2018). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau dengan mengamati nilai signifikansi (*Sig.*).

Untuk menentukan nilai F_{tabel} digunakan tingkat derajat kebebasan pembilang (df regresi) = 2 dan derajat kebebasan penyebut (df residual) = 97 pada taraf signifikansi 5% (0,05), sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F simultan adalah jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau nilai *Sig.* < 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti seluruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil pengujian simultan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji Simultan (F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F-hitung	Signifikansi (Sig.)	Keterangan
Regression	227,591	2	113,795	46,762	0,000 ^b	Signifikan
Residual	236,049	97	2,433			
Total	463,640	99				

Sumber : data primer diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.28 di atas, dapat dilakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil pengujian secara simultan sebagai berikut:

Melalui hasil olah data statistik dengan bantuan program SPSS, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 46,762. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} yang diperoleh melalui tabel distribusi F. Hasil perbandingan tersebut menunjukkan nilai F_{hitung} jauh lebih besar daripada nilai F_{tabel} ($46,762 > 3,09$). Selain itu, tingkat signifikansi yang diperoleh menunjukkan angka 0,000, yang nilainya jauh berada di bawah ambang batas alpha yang ditentukan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan tersebut, maka hipotesis dalam pengujian simultan ini diterima. Hal ini membuktikan secara empiris bahwa

variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) dan Layanan Langsung (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong. Secara teoritis dan praktis, hasil ini memberikan indikasi kuat bahwa akumulasi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah tidak hanya ditentukan oleh salah satu aspek saja. Kombinasi yang selaras antara optimalisasi layanan berbasis digital (*mobile banking*) serta performa kualitas pelayanan tatap muka yang diberikan secara langsung di kantor cabang secara bersama-sama menjadi penentu utama dalam membentuk sekaligus meningkatkan kepuasan pelayanan bagi nasabah BSI KC Tanjung Tabalong. Model regresi ini pun dinyatakan *fit* (layak) untuk menjelaskan fenomena kepuasan yang diteliti.

c. Uji Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R), Bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Tabel 4.29
Hasil uji Determinasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,701 ^a	0,491	0,480	1,560

Sumber : data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel Model Summary di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,491 atau 49,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan mobile banking

(X1) dan layanan langsung (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 49,1%. Sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,480 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan, kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 48,0%.

C. Pembahasan

Setelah dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Tanjung Tabalong, serta melalui serangkaian pengujian asumsi klasik dan estimasi statistik, maka pada bagian ini akan dijelaskan pembahasan mendalam mengenai hasil temuan lapangan tersebut. Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil analisis statistik kuesioner secara teoritis dan empiris.

1. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* (X1) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Tabalong.

Berdasarkan hasil analisis regresi parsial (Uji T) yang telah dipaparkan sebelumnya, ditemukan bahwa variabel Layanan *Mobile Banking* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah BSI KC Tanjung Tabalong. Hal ini dibuktikan secara empiris melalui perolehan nilai t_{hitung} sebesar 5,025 yang jauh lebih besar dari t_{tabel} (1,984), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah nilai koefisien alpha 0,05.

Tingginya nilai rata-rata (*mean*) kumulatif variabel X1 sebesar 34,33 (dari nilai maksimum 40) merefleksikan bahwa indikator-indikator di dalam

layanan *mobile banking* (BSI Mobile) dinilai sangat baik oleh nasabah. Keandalan sistem, kemudahan navigasi antar menu, kecepatan pemrosesan transaksi, serta proteksi keamanan berlapis (PIN dan biometrik) dinilai telah berhasil memenuhi ekspektasi pengguna. Terlebih lagi, fitur-fitur bernuansa Islami seperti penunjuk waktu salat, kiblat, serta kemudahan menyalurkan Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF) menjadi nilai tambah (*added value*) transaksional yang selaras dengan kebutuhan nasabah perbankan syariah di KC Tanjung Tabalong.

Temuan ini secara teoretis mendukung konsep kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh para ahli, di mana kepuasan terbentuk saat kualitas kinerja aktual dari suatu produk teknologi mampu menyamai atau bahkan melampaui harapan penggunanya. Dalam konteks empiris perbankan kontemporer, kemudahan bertransaksi tanpa batas ruang dan waktu membuat *mobile banking* menjadi pilar utama penentu kepuasan. Hasil riset ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suci (2022), tentang kepuasan yang menyimpulkan bahwa dimensi kualitas layanan digital (*mobile banking*) pada bank syariah berkontribusi besar secara riil dalam mendongkrak kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Layanan Langsung (X2) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Tabalong.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) untuk variabel Layanan Langsung (X2), diperoleh temuan bahwa variabel ini berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan

(Y.1) nasabah BSI KC Tanjung Tabalong. Hal ini didasarkan pada perolehan statistik nilai t_{hitung} sebesar 1,426 yang lebih kecil dari t_{tabel} (1,984), didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,157 yang berada di atas ambang batas toleransi 0,05.

Secara umum, tanggapan responden terhadap pelayanan langsung di kantor cabang, (seperti interaksi tatap muka dengan *Frontliner*, baik *Customer Service* maupun *Teller*) sebenarnya berada pada kategori yang aman dan baik, ditunjukkan oleh perolehan nilai rata-rata (*mean*) akumulatif sebesar 20,00. Respons positif ini memperlihatkan bahwa keramahan petugas, kejelasan informasi, kesopanan, serta kesiapan sarana fisik kantor dinilai memadai oleh nasabah. Kendati demikian, fluktuasi atau perubahan kualitas pada dimensi layanan langsung ini tidak memberikan implikasi dampak yang signifikan atau kuat dalam merubah konformitas kepuasan pelayanan nasabah secara individual di dalam model penelitian ini.

Ketiadaan pengaruh signifikan ini dapat dianalisis melalui fenomena pergeseran perilaku (*shifting behavior*) nasabah perbankan. Di era pasca-pandemi dan tingginya penetrasi internet, mayoritas nasabah kini telah memindahkan rutinitas finansial harian mereka (seperti cek saldo, transfer, top-up, dan pembayaran tagihan) ke aplikasi digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh, Yasin dkk (2021), yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan langsung secara tatap muka tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di era digitalisasi perbankan, mengingat adanya pergeseran perilaku

transaksional masyarakat yang kini beralih menggunakan platform elektronik. Kehadiran nasabah secara langsung ke kantor cabang BSI KC Tanjung Tabalong umumnya hanya terbatas pada urusan-urusan yang bersifat darurat, berskala besar, atau administratif berat yang belum dapat diakomodasi oleh sistem digital, seperti penggantian kartu ATM yang rusak, pembukaan rekening pertama (bagi sebagian nasabah), atau penanganan komplain yang kompleks. Akibatnya, interaksi tatap muka langsung di kantor cabang kini dipandang sebagai fasilitas standar minimum yang wajib ada, sehingga peningkatannya tidak lagi menjadi pemicu utama (*driver*) lompatan kepuasan nasabah jika dibandingkan dengan kepraktisan instan yang ditawarkan oleh saluran digital.

3. Pengaruh Simultan Layanan Mobile Banking (X1) dan Layanan Langsung (X2) terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Tabalong.

Berdasarkan hasil pengujian simultan melalui Uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 46,762 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($46,762 > 3,09$) dan $Sig. < 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Layanan Mobile Banking (X1) dan Layanan Langsung (X2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelayanan (Y) nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Tabalong.

Secara akademis, temuan simultan ini mengonfirmasi relevansi konsep *Multichannel Customer Management* yang menegaskan bahwa integrasi berbagai saluran layanan (baik fisik maupun digital) sangat krusial untuk membentuk pengalaman pelanggan yang utuh. Walaupun secara parsial layanan langsung (X2) tidak memperlihatkan pengaruh yang signifikan, peranannya sebagai saluran konvensional tidak dapat dieliminasi begitu saja dari ekosistem Bank Syariah Indonesia KC Tanjung Tabalong (Verhoef dkk, 2007).

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial hanya layanan digital atau mobile banking yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa nasabah saat ini lebih menilai kepuasan dari kemudahan, kecepatan, keamanan, dan fleksibilitas layanan digital. Mobile banking memberi ruang bagi nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus datang ke kantor cabang, sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah yang menginginkan layanan praktis dan efisien. Dengan demikian, layanan digital menjadi faktor utama yang paling dirasakan manfaatnya oleh nasabah dalam membentuk kepuasan mereka terhadap bank syariah. Meskipun layanan langsung tidak berpengaruh secara parsial, bukan berarti layanan tersebut tidak penting. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa layanan digital dan layanan langsung secara bersama-sama tetap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Artinya, layanan langsung memiliki fungsi pendukung yang melengkapi layanan digital. Nasabah mungkin lebih sering menggunakan mobile banking untuk transaksi harian,

tetapi tetap membutuhkan layanan langsung ketika menghadapi kendala, membutuhkan penjelasan produk, konsultasi, atau penyelesaian masalah tertentu. Oleh karena itu, bank syariah tidak cukup hanya memperkuat layanan digital, tetapi juga perlu menjaga kualitas layanan langsung agar pengalaman nasabah tetap utuh.

Dalam perspektif ekonomi Islam, integrasi antara layanan digital dan layanan langsung dapat dipahami sebagai bentuk pelaksanaan nilai amanah. Bank syariah memiliki tanggung jawab untuk memberikan layanan yang mudah, aman, jelas, dan dapat dipercaya. Layanan digital yang baik membantu nasabah menjaga kelancaran transaksi, sedangkan layanan langsung membantu memastikan bahwa nasabah bank syariah memperoleh penjelasan dan perlindungan ketika mengalami kesulitan. Hal ini sejalan dengan konsep *hifz al-māl*, yaitu menjaga harta nasabah agar transaksi keuangan berjalan aman dan terhindar dari kerugian. Ketika layanan tersebut mampu menghadirkan rasa aman, nyaman, dan percaya, maka kepuasan nasabah akan meningkat dan mendukung tercapainya *maslahah dan falah*, yaitu kebaikan dan kesejahteraan bagi nasabah, bank, dan masyarakat. Layanan langsung di kantor cabang tetap berfungsi sebagai jaring pengaman emosional (*emotional safety net*) serta wadah resolusi masalah yang krusial demi memelihara rasa percaya (*trust*) dan ketenangan nasabah secara psikologis. Ketika keandalan transaksi digital melalui *mobile banking* disokong secara kokoh oleh kesiapan solusi fisik yang solutif dan ramah di kantor cabang, kedua dimensi ini akan saling melengkapi. Kombinasi