

Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile

Syifa Fadhliah^{1*)}, Purnama Putra²⁾

^{1,2} Fakultas Agama Islam, Universitas Islam 45

*Email korespondensi: syifafadhliah091@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel *E-Service Quality* yaitu *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan dilakukan pengujian analisis regresi berganda melalui Software SPSS Statistic Versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang termasuk kedalam Generasi Z dan menggunakan aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Jabodetabek. Pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menunjukkan hasil uji simultan untuk variabel *Fulfillment*, *Responsiveness*, *Compensation*, *Efficiency*, *System Availability*, *Privacy*, *Contact* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Lalu pada uji parsial untuk variabel *Fulfillment*, *Responsiveness*, *Compensation*, *Privacy*, dan *Contact* masing-masing tidak berpengaruh serta tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Hal ini dikarenakan nasabah Gen Z belum merasakan kualitas layanan yang baik dari pihak BSI terhadap pemenuhan, tanggapan serta komunikasi atas keluhan nasabah dan keamanan data pribadi nasabah yang belum maksimal. Sedangkan, untuk variabel *Efficiency* dan *System Availability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. Penelitian ini mempunyai rekomendasi bagi Bank Syariah Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas layanan BSI Mobile sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakannya.

Kata Kunci: Kepuasan Penggunaan, Gen Z, *E-Servqual*, BSI Mobile.

Saran sitasi: Fadhliah, S., & Putra, P. (2024). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 2532-2542. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14448>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14448>

1. PENDAHULUAN

Pada saat Revolusi Industri 4.0, masyarakat diharuskan hidup dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju. Dengan memanfaatkan teknologi, masyarakat diharuskan untuk dapat mempelajari, menguasai, serta terus mengembangkan teknologi seperti saat ini (Tahar et al., 2022). Salah satu bentuk perkembangan teknologi dari sektor perekonomian ialah munculnya teknologi finansial atau *fintech* (*financial technology*) berupa inovasi terbaru dari industri jasa keuangan yang memadukan antara konsep perkembangan teknologi dengan bidang finansial yang menjadi harapan efisiensi transaksi, maksimal, aman, dan modern (Azzahroo &

Estiningrum, 2021). Hal tersebut memicu perkembangan digitalisasi dalam hal perbankan.

Salah satu bentuk peningkatan digitalisasi teknologi didalam perbankan yaitu dengan dikembangkannya aplikasi *mobile banking*. Dengan adanya *mobile banking* di dunia perbankan dapat meminimumkan biaya, serta membuat efisiensi produk dan pelayanan menjadi lebih baik (Saputri, 2020). *Mobile banking* mengacu pada program perbankan yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi jarak jauh, kecuali penarikan tunai (Shinhan Bank, n.d.). Salah satu bank yang menerapkan digitalisasi teknologi dibidang finansial khususnya pada *mobile banking* yaitu Bank Syariah Indonesia, yang menghadirkan aplikasi *mobile banking* bernama

BSI Mobile. Menurut Data *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) aplikasi BSI Mobile merupakan *mobile banking* yang menduduki peringkat satu untuk performa terbaik *mobile banking* Bank Umum Syariah (BUS), diikuti dengan *mobile banking* Bank Muamalat dan *mobile banking* BCA Syariah (Infobank, 2024).

Penggunaan aplikasi BSI Mobile yang didominasi oleh generasi Z menunjukkan bahwa pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 32,80% dibanding tahun sebelumnya atau sebanyak 5,90 Juta Gen Z menggunakan aplikasi BSI Mobile untuk kebutuhan transaksinya (Wulandari Pramesti, 2023). Selain itu pertumbuhan transaksi pada penggunaan BSI Mobile pada Januari 2024, mencapai 38 juta transaksi dengan *volume* hingga Rp 47 triliun. Faktanya generasi Z menjadi pengguna paling banyak transaksi dana secara digital elektronik. Jumlah Gen Z pada tahun 2022 Di Indonesia mencapai 69,83 juta orang dengan rata-rata kelahiran dari tahun 1997 hingga 2012 yang mempunyai kebiasaan unik berupa ketertarikan pada *cashless lifestyle* (Hani Adi Perdana, 2022).

Layanan aplikasi BSI Mobile telah banyak digunakan oleh nasabah yang terus bertambah setiap bulan dan tahunnya. Namun pada tahun 2023 beredar rumor yang menyatakan bahwa sistem BSI terkena serangan *ransomware* yang mengakibatkan *mobile banking* BSI error hingga beberapa hari dan mengakibatkan para nasabah terganggu ketika ingin bertransaksi melalui BSI Mobile (Iskandar, 2023). Selain itu terdapat beberapa keluhan yang ditujukan untuk aplikasi BSI Mobile melalui akun official BSI diantaranya aplikasi instagram dan playstore, seperti sering terjadinya *maintance* sistem, tampilan yang fitur yang rumit dan sering terjadi permintaan waktu habis ketika membuka aplikasi BSI Mobile (Bank Syariah Indonesia, n.d.).

Meningkatkan kualitas layanan merupakan salah satu cara dalam mencapai kebahagiaan nasabah, yang penting bagi operasional bank (Atmaja, 2018). Layanan *mobile banking* telah memenuhi harapan nasabah di era modern ini dengan menyederhanakan dan mengefisienkan berbagai jenis transaksi serta meningkatkan efisiensi dari segi waktu, biaya, dan lokasi, dimana saja, kapan saja, akses *mobile banking* bisa dilakukan (Dwinurpitarsari, 2019). Bank syariah harus mampu bersaing di pasar dalam meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* dengan memikirkan

banyak aspek yang menjamin kebahagiaan nasabah saat memanfaatkan BSI Mobile.

Salah satu indikator pengukuran dalam meningkatkan kualitas layanan elektronik yaitu dengan menggunakan indikator dari *E-Servqual*, yang merupakan pengukuran untuk penilaian dan evaluasi keunggulan dalam menggunakan layanan elektronik (Laurent & Siwalankerto, 2016). Adapun variabel *E-Servqual* menurut Parasuraman et al., (2005), terbagi tujuh dimensi yakni *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan elektronik.

Pentingnya usaha untuk meningkatkan kepuasan penggunaan nasabah terhadap keinginannya dalam menggunakan layanan elektronik. Kepuasan pengguna yaitu sebuah perasaan senang ataupun kecewa sebagaimana digambarkan individu dimana bersumber dari hasil kesannya antara performa sebagaimana dirasakan terhadap sebuah komoditas juga ekspetasinya. Dapat dipahami bahwa kepuasan pengguna berartikan perasaan senang maupun kecewa dari individu setelah mendapatkan hal sebagaimana diinginkannya (Kotler,P., & Keller, K. L., 2017). Pendekatan yang paling populer untuk mengetahuinya adalah dengan menyelidiki kepuasan nasabah dan menciptakan sistem layanan yang sebaik mungkin (Daga, 2017). Di sisi lain, sering kali layanan yang tidak memenuhi persyaratan kepuasan nasabah juga gagal memenuhi standar yang relevan. Untuk meningkatkan kebahagiaan nasabah, produk dan pemasaran termasuk *mobile banking* itu sendiri perlu diperbarui secara berkala sehingga pengguna layanan merasakan dampak yang positif dengan penggunaan *mobile banking* yang aman dan membantu dalam transaksi (Rohani, 2019).

Beberapa penelitian sebelumnya terkait analisis kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* menyimpulkan bahwa variabel *fulfillment*, *privacy*, dan *contact* berdampak kepada kepuasan nasabah sedangkan untuk variabel seperti efisiensi, ketergantungan, daya tanggap, dan kompensasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan *mobile banking* (Liem et al., 2020). Selain itu, berlandaskan studi Zulkifly et al., (2022), memperoleh hasil bahwa variabel *Responsiveness* juga *Fulfillment* berpengaruh

pada rasa puas nasabah dalam memakai *mobile banking*.

Searah dengan studi dari Laila Rohana et al., (2024), yang memperoleh hasil bahwa variabel *Responsiveness* mempengaruhi rasa puas nasabah dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Sedangkan menurut studi yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019), Memperoleh hasil variabel *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfilment*, *Privacy*, dan *Contact* tidak mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan nasabah memanfaatkan *mobile banking*. Namun variabel *Responsiveness* memberikan dampak yang signifikan pada kepuasan nasabah dalam memakai *mobile banking*, dikarenakan respon cepat dan tanggap dari pihak bank terkait kendala nasabah, ditangani dengan tepat. Mengukur dan menilai sifat-sifat yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan sangat penting untuk memastikan tingkat kepuasan konsumen Generasi Z secara umum saat menggunakan ponsel BSI dan teknik *E-Servqual* untuk semua transaksi mereka.

Penelitian ini meneliti analisis kepuasan Gen Z di Kota Jabodetabek dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*, dengan penduduk di Kota Jabodetabek yang lahir antara tahun 1997-2012 mencapai 31.891.090 jiwa (Badan Pusat Statistik, n.d.). Dengan mayoritas penduduk yang beragama islam, hal tersebut menjadi peluang besar terhadap keinginan masyarakat dalam bertransaksi melalui *mobile banking* syariah yaitu BSI *Mobile*. Berdasarkan berbagai hasil dari penelitian sebelumnya, maka peneliti memberikan perbedaan dalam mengembangkan lebih lanjut dengan meneliti nasabah Gen Z yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile* yaitu dimulai dari umur 17 tahun hingga 27 tahun.

TINJAUAN PUSTAKA

Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang berhubungan dengan perkembangan teknologi. Lahir diantara tahun 1997 hingga 2012 yang merasakan menjalankan kehidupan dengan menggunakan internet dan teknologi. Hellen Chou Pratama (2012) berpendapat bahwa Generasi Z yaitu generasi muda sebagaimana lahir juga tumbuh memiliki dependensi besar pada teknologi digital. Generasi Z sangat erat hubungannya dengan pemakaian teknologi dan internet, didukung dengan terdapatnya perangkat keras elektronik seperti komputer ataupun laptop, *smartphone*, iPad, juga lainnya yang mendukung

Generasi Z untuk memanfaatkan teknologi juga internet.

Kepuasan Penggunaan

Kepuasan pengguna bisa dimaknakan bahwasannya jika pengguna tersebut mendapatkan kepuasan didalam menggunakan atau mendapatkan sesuatu tertentu sebagaimana dikehendaki juga dibutuhkan (Machmud, 2018). Tercapainya kepuasan dinyatakan sukses bila respons dan reaksi pengguna kepada kualitas produk atau jasa dapat diterima dan digunakan dengan baik. kepuasan penggunaan berhasil bila pelanggan merasa puas menggunakan komoditas ataupun jasa dan ingin kembali menggunakannya (Etta Mamang Sangajdi & Sopiah, 2013). Adapun menurut Tjiptono didalam Sari & Oswari (2020) indikator kepuasan penggunaan terhadap nasabah diantaranya:

a. Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan dinyatakan dengan korelasi diantara layanan sebagaimana diharapkan pelanggan dan layanan sebagaimana dirasakan pelanggan.

b. Minat Menggunakan Kembali

Bila nasabah merasa puas, nasabah rela mendatangi ataupun memanfaatkan lagi layanan jasa sebagaimana dibagikan.

c. Ketersediaan Merekomendasi

Nasabah yang puas juga akan rela menyarankan jasa sebagaimana sudah dimanfaatkan pada teman ataupun keluarga guna memanfaatkan layanan tersebut dikarenakan kepuasan layanan.

E-Service Quality (E-Servqual)

Menurut Santos dalam Laurent & Siwalankerto (2016) mendefinisikan *e-service quality* berartikan penilaian dan evaluasi keunggulan layanan elektronik didalam pasar virtual. Menurut Bressolles & Durrieu dalam Laurent & Siwalankerto (2016) mendefinisikan *e-servqual* berartikan derajat keefektifan juga keefisienan sebuah website didalam membagikan keringanan terhadap klien didalam prosedur belanja, prosedur pembelian, dan didalam prosedur pengiriman barang juga jasa. Versi baru dari kualitas layanan (*servqual*) dibuat untuk mengevaluasi kualitas layanan yang disediakan di jaringan internet. Adapun indikator *E-Servqual* menurut Parasuraman dalam Tjiptono & Chandra (2019) adalah:

a. Efisiensi (Efficiency) adalah kapabilitas bank dalam membentuk aplikasi juga situs dimana bisa diakses dan dimanfaatkan nasabah secara mudah, cepat, aman, sederhana dan terpercaya.

- b. Ketersediaan sistem (*System availability*) merujuk pada ketersediaan teknis sebuah aplikasi, yang dapat bergerak secara semestinya ataupun tidak sepanjang waktu aplikasi dimanfaatkan oleh nasabah.
- c. Pemenuhan (*Fulfillment*) yakni meliputi ketepatan ikrar layanan, kesiapan informasi komoditas, juga berbagai macam transaksi sebagaimana dilakukan oleh nasabah harus sesuai dengan harapan nasabah.
- d. Privasi (*Privacy*) merupakan garansi bahwasannya data nasabah tidak akan dibagikan pada pihak lain juga bahwasannya informasi kartu kredit. nasabah terlindungi keamanannya.
- e. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah kapabilitas aplikasi guna membagikan informasi dengan akurat terhadap nasabah ketika terjadi gangguan teknis atau masalah.
- f. Kompensasi (*Compensation*) yaitu variabel yang menetapkan seberapa jauh tingkat situs dalam membagikan ganti rugi kepada nasabah terkait kendala sebagaimana dialaminya.
- g. Kontak (*Contact*) memproyeksikan kebutuhan nasabah guna bisa berbicara dengan staf layanan nasabah maupun *customer service* secara online ataupun melalui telepon.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kajian lapangan, yaitu penelitian kepada suatu daerah (lokasi penelitian) yang menjadi tujuan. Teknik sampling memakai *non probability sampling*, yang berarti bahwa tidak semua elemen atau anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih untuk dijadikan sampel (Agustianti et al., 2022). Sampling *purposive* ialah metode pengambilan sampel populasi dengan penyesuaian terhadap kriteria yang telah ditetapkan. Jumlah sampel dipilih sebanyak 100 nasabah Gen Z BSI di Kota Jabodetabek yang memanfaatkan aplikasi BSI *Mobile* guna melakukan transaksi pembayaran. Untuk menjawab hipotesis penelitian, data analisis diproses menggunakan program SPSS. Data yang diperoleh melalui kuesioner akan diolah menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Teknik analisis linier berganda

digunakan untuk mengetahui dampak variabel dependen (kepuasan penggunaan) terhadap variabel independen, berikut variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Kontribusi
Kepuasan Penggunaan (Y)	Kotler dan Keller (2017), Zeithmal dan Bitner dalam Sangadji (2013), Tjiptono dalam Sari dan Oswari (2020), Hawkins dan Lonney dikutip oleh Tjiptono dalam Rembet (2020)
<i>Fulfillment</i> (Pemenuhan) (X1)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>Responsiveness</i> (Tanggapan) (X2)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>Compensation</i> (Kompensasi) (X3)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>Efficiency</i> (Efisiensi) (X4)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>System Availability</i> (Ketersediaan Sistem) (X5)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>Privacy</i> (Privasi) (X6)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)
<i>Contact</i> (Kontak) (X7)	Zeithmal dalam Tjiptono (2019)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik telah dilakukan pada data penelitian ini. Hasil uji menunjukkan bahwa model yang diusulkan dalam penelitian ini tidak mengalami penyimpangan asumsi klasik.

3.1.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bermaksud menganalisis dampak variabel *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) terhadap kepuasan penggunaan Gen Z dalam menggunakan BSI *Mobile*. Hasil dapat dilihat pada tabel Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.928	2.244		2.196	.031
Fulfillment	-.020	.117	-.019	-.170	.865
Responsiveness	.031	.138	.024	.224	.823
Compensation	.025	.142	.018	.174	.863
Efficiency	.428	.086	.454	4.949	.000
System Availability	.239	.118	.221	2.022	.046
Privacy	.043	.120	.035	.362	.719
Contact	.246	.136	.193	1.806	.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Penggunaan

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan tabel 2 diperoleh rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,928 + -0,020X_1 + 0,031X_2 + 0,025X_3 + 0,428X_4 + 0,239X_5 + 0,43X_6 + 0,246X_7 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan model regresi linier berganda, diambil kesimpulan seperti di bawah ini:

- Konstantanya adalah 4,928 yang berarti bahwa nilai konstanta pada variabel independen memiliki nilai konstanta (4), maka Kepuasan Penggunaan akan menjadi 4,928
- Nilai koefisien regresi pada variabel *Fulfillment* (pemuhan) (X_1) adalah -0,020. Bermakna setiap penurunan *fulfillment* sebesar satu satuan maka akan menurunkan nilai *fulfillment* sebesar -0,020 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin menurun *fulfillment* nasabah, maka semakin kecil pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *Responsiveness* (tanggapan) (X_2) adalah 0,031. Bermakna setiap kenaikan *Responsiveness* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *Responsiveness* sebesar 0,031 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *Responsiveness*, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *Compensation* (kompensasi) (X_3) adalah 0,025. Bermakna setiap kenaikan *Compensation* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *Compensation* sebesar 0,025 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *Compensation* yang

diberikan, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.

- Nilai koefisien regresi pada variabel *Efficiency* (efisiensi) (X_4) adalah 0,428. Bermakna setiap kenaikan *Efficiency* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *Efficiency* sebesar 0,428 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *Efficiency* yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *System Availability* (ketersediaan sistem) (X_5) adalah 0,239. Bermakna setiap kenaikan *System Availability* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *System Availability* sebesar 0,239 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *System Availability* yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *Privacy* (privasi) (X_6) adalah 0,043. Bermakna setiap kenaikan *Privacy* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *Privacy* sebesar 0,043 dengan asumsi variabel independen lain dari model regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *Privacy* yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *Contact* (kontak) (X_7) adalah 0,246. Bermakna setiap kenaikan *Contact* sebesar satu satuan maka akan menaikkan nilai *Contact* sebesar 0,246 dengan asumsi variabel independen lain dari model

regresi adalah tetap. Jadi, semakin tinggi *Contact* yang diberikan, maka semakin besar pula kepuasan penggunaan nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

3.1.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi diterapkan dengan maksud mencari tahu tingkat pengaruh variabel *independent* (X) yaitu *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) mempengaruhi variabel *dependent* (Y) kepuasan penggunaan BSI *Mobile* (Ghozali, 2018; Khoiriyah & Putra, 2022). Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini dijelaskan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.638	1.926

a. Predictors: (Constant), Contact, Responsiveness, Privacy, Efficiency, Compensation, System Availability, Fulfillment

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa R sebesar 0,815 yang berarti bahwa terdapat korelasi sebesar 0,815. Sedangkan untuk nilai Adjusted R Square sebesar 0,638 yang berarti bahwa variabel dependen yaitu Kepuasan Penggunaan dapat dijelaskan sebesar 63,8% oleh variabel *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak). Lalu, sisanya sebesar 36,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam model penelitian ini.

3.1.3. Uji Kelayakan Model

Uji F digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji ini, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen dengan variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen tersebut. Dengan kata lain, variabel independen secara simultan berperan penting dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen dalam model regresi ini.

Tabel 4. Uji F Variabel Minat

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	674.520	7	96.360	25.977	.000 ^b
Residual	341.270	92	3.709		
Total	1015.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Contact, Responsiveness, Privacy, Efficiency, Compensation, System Availability, Fulfillment

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan tabel 4 hasil uji F hitung menunjukkan nilai sebesar (25,977) dan nilai F tabel sebesar (2,11). Kesimpulannya nilai F hitung (25,977) > F tabel (2,11) dengan nilai signifikansinya (0,000). Nilai signifikansi = (0,000) < (0,05), menghasilkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti model tersebut layak dan berpengaruh signifikan dan positif secara bersamaan antara variabel *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) untuk variabel independen terhadap Kepuasan Penggunaan nasabah Gen Z dalam menggunakan Aplikasi BSI *Mobile* untuk variabel dependen.

3.1.4. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan dari uji T adalah menentukan dampak parsial variabel independen pada variabel dependen. Nilai signifikansi yang digunakan ialah 5% (0,05). Dasar penarikan kesimpulan uji T antara lain:

- Ketika t hitung > t-tabel serta sig. (signifikansi) < 0,05, H_0 dikatakan ditolak kemudian H_a diterima yang bermakna secara parsial variabel independen berdampak signifikan pada variabel dependen.
- Ketika t hitung < t-tabel serta sig. (signifikansi) > 0,05, H_0 dikatakan diterima kemudian H_a ditolak yang bermakna secara parsial variabel independen tidak berdampak signifikan pada variabel dependen.

H1: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *fulfillment* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H2: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *responsiveness* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H3: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *compensation* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H4: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *efficiency* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H5: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *system Availability* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H6: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *privacy* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

H7: Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *contact* terhadap kepuasan Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

Pengujian Uji T terhadap 7 hipotesis telah dilakukan dan dihasilkan t-hitung secara parsial dan signifikansinya, berdasarkan pada tabel 2, maka hasil dari 7 hipotesis sebagai berikut:

Uji Hipotesis 1: *Fulfillment* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Fulfillment* sebesar $-0,170 < 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,0865 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Fulfillment* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a ditolak dan H_o diterima.

Uji Hipotesis 2: *Responsiveness* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Responsiveness* sebesar $0,224 < 1,084$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,0823 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Responsiveness* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a ditolak dan H_o diterima.

Uji Hipotesis 3: *Compensation* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Compensation* sebesar $0,174 < 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,863 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Compensation* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a ditolak dan H_o diterima.

Uji Hipotesis 4: *Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Efficiency* sebesar $4,949 > 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

Uji Hipotesis 5: *System Availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *System Availability* sebesar $2,022 > 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,046 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *System Availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a diterima dan H_o ditolak.

Uji Hipotesis 6: *Privacy* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Compensation* sebesar $0,362 < 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,719 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Privacy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a ditolak dan H_o diterima.

Uji Hipotesis 7: *Contact* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Dari hasil uji parsial pada tabel 2 diperoleh hasil nilai t-hitung *Contact* sebesar $1,806 < 1,984$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,074 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Contact* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Artinya H_a ditolak dan H_o diterima.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh *Fulfillment* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H1 ditolak** dikarenakan t hitung lebih kecil dibandingkan t tabel. Artinya *Fulfillment* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019) yang menunjukkan hasil untuk variabel *fulfillment* tidak berdampak positif serta signifikan pada kepuasan nasabah dalam memanfaatkan *mobile banking*. Dalam penelitian ini, variabel *fulfillment* tidak menunjukkan pengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan penggunaan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa nasabah Gen Z belum merasakan ketersediaan informasi yang memadai saat terjadi gangguan pada aplikasi, serta keakuratan janji layanan yang sesuai dengan harapan mereka. Harapan tersebut mencakup tampilan aplikasi yang menarik dan mudah dipahami, serta proses layanan yang sederhana dan mudah. Jika informasi dan keakuratan janji layanan

dapat dipenuhi dengan baik, kepuasan penggunaan aplikasi BSI *Mobile* di kalangan nasabah Gen Z akan meningkat.

3.2.2. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H2 ditolak** dikarenakan t hitung lebih kecil dibandingkan t tabel. Artinya *Responsiveness* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liem et al., (2020) yang menunjukkan hasil untuk variabel *responsiveness* tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dikarenakan, Beberapa pendapat responden menyebutkan bahwa kurangnya pelayanan *Mobile Banking* dalam menangani masalah nasabah berdampak pada kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Dalam penelitian ini, variabel *responsiveness* tidak memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Nasabah Gen Z merasa tidak puas dengan layanan BSI *Mobile* karena menurut mereka, pihak BSI kurang cakap dalam merespons masalah dan keluhan pengguna. Selain itu, nasabah sering mengeluhkan bahwa layanan BSI *Mobile* sering mengalami masalah pemeliharaan server, yang mengakibatkan transaksi nasabah Gen Z terhambat dan gagal. Semakin banyak keluhan yang tidak ditanggapi dengan baik oleh Bank BSI, semakin berkuranglah kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

3.2.3. Pengaruh *Compensation* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H3 ditolak** dikarenakan t hitung lebih kecil dibandingkan t tabel. Artinya *Compensation* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Liem et al., (2020) yang menunjukkan hasil bahwa dalam kepuasan penggunaan nasabah yang memanfaatkan *mobile banking*, kompensasi tidak memiliki dampak. Hal ini disebabkan oleh pihak bank yang terkadang tidak memberikan kompensasi atau solusi yang cepat dan akurat terkait masalah yang terjadi pada sistem.

Hasil studi menyimpulkan bahwa kompensasi tidak berdampak pada kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan jawaban responden mengenai kompensasi yang disediakan oleh Bank BSI jika terjadi kendala dalam proses transaksi di BSI *Mobile*, nasabah merasa kurang puas dengan penanganan masalah yang diberikan oleh Bank BSI. Namun, jika Bank BSI dapat menjamin kompensasi atas keluhan nasabah terkait gangguan dalam proses transaksi, tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile* untuk kebutuhan transaksi sehari-hari akan meningkat.

3.2.4. Pengaruh *Efficiency* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H4 diterima** dikarenakan t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Artinya *Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019) dan Liem et al., (2020) yang menyimpulkan bahwa variabel *efficiency* tidak berdampak terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Hal tersebut dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh *mobile banking* tidak dapat diakses dengan cepat juga mudah. Jika menggunakan *mobile banking* tersebut membutuhkan upaya yang maksimal.

Sedangkan, dalam hasil penelitian ini, variabel efisiensi berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Hal ini disebabkan oleh kemampuan Bank BSI dalam menciptakan aplikasi *mobile banking* yang mudah diakses dan dioperasikan dengan cepat, aman, sederhana, dan terpercaya oleh nasabah Gen Z. Selain itu, nasabah juga merasakan manfaat dan kemudahan dalam mencari informasi produk di aplikasi BSI *Mobile*, serta dapat beraktivitas di situs atau aplikasi tersebut dengan usaha minimal.

3.2.5. Pengaruh *System Availability* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H5 diterima** dikarenakan t hitung lebih besar dibandingkan t tabel. Artinya *System Availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019) dengan kesimpulan bahwa variabel *system*

availability tidak berdampak terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Pada hal ini menunjukkan bahwa variabel *system Availability* berdampak pada kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan BSI *Mobile*, disimpulkan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan langsung oleh nasabah Gen Z, seperti tingkat enkripsi data yang tinggi, akses dan operasional aplikasi yang lancar selama 24 jam, serta kemudahan dan kecepatan dalam berpindah antar halaman aplikasi, akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi ini untuk berbagai transaksi.

3.2.6. Pengaruh *Privacy* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H6 ditolak** dikarenakan t hitung lebih kecil dibandingkan t tabel. Artinya *Privacy* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019) yang menunjukkan hasil bahwa variabel *privacy* tidak berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut karena nasabah belum mempercayai pihak Bank untuk menjamin bahwa data dan identitas nasabah dan seluruh transaksi nasabah aman dan tidak dibocorkan kepada pihak luar yang tidak bersangkutan dengan nasabah.

Hasil studi ini menunjukkan bahwa variabel privasi juga tidak berdampak pada kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Nasabah Gen Z merasa bahwa BSI *Mobile* tidak memberikan jaminan keamanan data nasabah dan memastikan bahwa informasi pribadi mereka tidak akan diberikan kepada pihak manapun.

3.2.7. Pengaruh *Contact* terhadap Kepuasan Penggunaan

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa uji T telah dilakukan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa **H7 ditolak** dikarenakan t hitung lebih kecil dibandingkan t tabel. Artinya *Contact* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Penggunaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariansyah et al., (2019) dan Liem et al., (2020) yang menyimpulkan bahwa variabel *contact* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut dikarenakan komunikasi antara nasabah dengan

staff yang dipraktikkan secara online atau melalui *call center* pada aplikasi BSI *Mobile* masih banyak terdapat kekurangan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kontak juga tidak berdampak pada kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Nasabah Gen Z merasa bahwa BSI *Mobile* belum memenuhi kebutuhan mereka dalam berkomunikasi langsung dengan staf layanan atau *customer service*, baik secara online maupun melalui *call center*. Jika kebutuhan komunikasi antara nasabah dan staf terpenuhi, maka tingkat kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile* akan meningkat.

4. KESIMPULAN

Setelah dilakukan pengujian serta pembahasan pada studi yang telah dilaksanakan antara variabel *E-sServqual* yakni *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam memanfaatkan aplikasi BSI *Mobile* yang berdomisili di Kota Jabodetabek untuk kebutuhan transaksinya sebanyak 100 responden, menerapkan metode analisis regresi linier berganda, dirinci beberapa Kesimpulan.

Hasil uji hipotesis memperlihatkan secara simultan bahwa variabel *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Efficiency* (efisiensi), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (privasi), *Contact* (kontak) berpengaruh pada kepuasan nasabah Gen Z dalam memanfaatkan aplikasi BSI *Mobile*.

Berlandaskan uji hipotesis secara parsial mengindikasikan variabel *Fulfillment* (pemenuhan), *Responsiveness* (tanggapan), *Compensation* (kompensasi), *Privacy* (privasi) dan *Contact* (kontak) tidak berdampak juga tidak signifikan pada kepuasan penggunaan. Hal tersebut disebabkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia dalam memenuhi harapan nasabah dalam hal proses tanggapan permasalahan yang terjadi, pemberian kompensasi kepada nasabah, serta kerahasiaan data dan kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak BSI melalui aplikasi BSI *Mobile* tidak terpenuhi. Sehingga dapat membuat nasabah Gen Z tidak puas dalam bertransaksi melalui BSI *Mobile*.

Sedangkan hasil uji hipotesis yang lain secara parsial memperlihatkan variabel *Efficiency* (efisiensi) dan *System Availability* (ketersediaan sistem) berdampak juga signifikan pada kepuasan penggunaan. Hal tersebut disebabkan oleh nasabah yang merasakan kemanfaatan, kemudahan dan ketersediaan sistem dalam mencari informasi produk dan yang lainnya pada aplikasi BSI *Mobile*, dan dapat beraktivitas didalam situs atau aplikasi tersebut dengan usaha minimal, sehingga nasabah Gen Z merasa puas dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Berdasarkan penelitian ini memberikan implikasi bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengetahui dan memperbaiki kualitas layanan BSI *Mobile* sehingga mampu meningkatkan kepuasan penggunaan nasabah.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Sebelumnya kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam 45 yang telah memfasilitasi penelitian ini.

6. REFERENSI

- Agustianti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., Ikhrum, F., Andriani, A. D., Ratnadewi, & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. TOHAR MEDIA.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Populasi Penduduk Jabodetabek 2023*. Retrieved April 15, 2024, from <https://www.bps.go.id/id>
- Bank Syariah Indonesia. (n.d.). *Akun Instagram Bank Syariah Indonesia* [Computer software]. <https://www.instagram.com/banksyariahindonesia?igsh=MXIzaXBxbGttODUxbQ==>
- Daga, R. (2017). Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Hasa Mitra Cabang Makassar. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, 14(3).
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo*.
- Etta Mamang Sangajdi & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hani Adi Perdana. (2022, September 29). Riset: 51 Persen Gen Z Sudah Memiliki Dompot Digital. *IDN TIMES*. <https://www.idntimes.com/business/economy/hana-adi-perdana-1/riset-51-persen-gen-z-sudah-memiliki-dompot-digital?page=all>
- Hariansyah, F. A., Wardani, N. H., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada pengguna layanan BRI mobile bank rakyat indonesia di kantor cabang cirebon. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(5), 4267–4275.
- Hellen Chou Pratama. (2012). *Cyber Smart Parenting*. PT. Visi Anugerah Indonesia.
- Infobank. (2024). Performa Terbaik Mobile Banking Bank Umum Syariah [Infobank]. *Infobank*.
- Iskandar. (2023, Mei). BSI Mobile Error Diduga Kuat Karena Serangan Ransomware, Ini Penjelasan Pengamat Siber. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/teknoread/5281858/b-si-mobile-error-diduga-kuat-karena-serangan-ransomware-ini-penjelasan-pengamat-siber>
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran* (13th ed). Jakarta : Erlangga.
- Laila Rohana, Amsal Irmalis, & Muzakkir, M. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Imam Bonjol Meulaboh. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(1), 89–100. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3103>
- Laurent, F., & Siwalankerto, J. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan*. 4(2).
- Liem, A. T., Chrisanti, I. R., Sandag, A., & Purwadaria, D. D. P. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 229–238. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.277.229-238>
- Machmud, R. (2018). Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus pada T3-Online). *Gorontalo: Ideas Publishing*, 1–73.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>

- Rohani, P. (2019). *Pengaruh teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Syariah Cabang Padangsidempuan*.
- Saputri, O. (2020). Consumer preference in using the Indonesian standard quick response code (QRIS) as a digital payment instrument. *Journals of Economics and Business Mulawarman (JEBM)*, 17(2), 237–247.
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2020). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online Tokopedia. *Creative Research Management Journal*, 3(2), 34–46.
- Shinhan Bank. (n.d.). *Pengertian Mobile Banking [Edukasi]*. <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>
- Tahar, A., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). *Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0*. 6.
- Tjiptono & Chandra. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta : ANDI.
- Wulandari Pramesti. (2023, November 3). *BSI Mobile Tumbuh 32,80% dan Didominasi Oleh Gen X,Y,Z*. <https://financialpost.id/2023/11/03/bsi-mobile-tumbuh-3280-dan-didominasi-oleh-gen-xyz/>
- Zulkifly, Z. A., Brasit, N., Alhaqqi, M. S., & Adelia, S. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Mobile Banking dengan Pendekatan Metode E-Servqual. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 19(1), 61–79. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.21337>