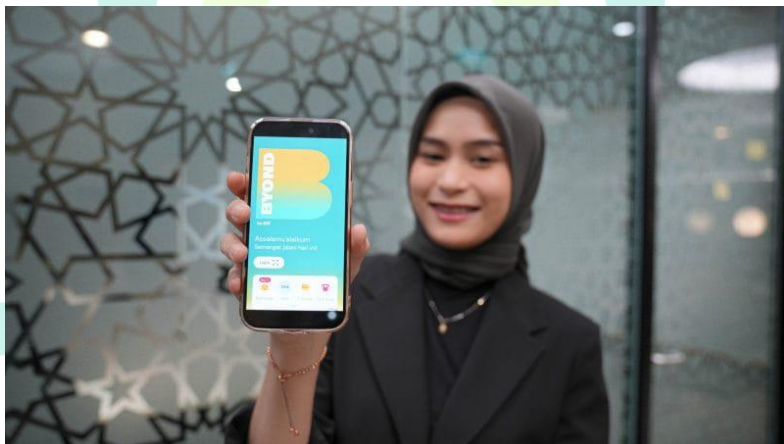




**PENGARUH DIMENSI SERVQUAL
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
GENERASI Z PENGGUNA BYOND BY BSI
DI KABUPATEN PEKALONGAN**



ASRI DWI LESTARI

NIM 40222011

2026

**PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP
KEPUASAN NASABAH GENERASI Z PENGGUNA
BYOND BY BSI DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ASRI DWI LESTARI

NIM 40222011

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP
KEPUASAN NASABAH GENERASI Z PENGGUNA
BYOND BY BSI DI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

ASRI DWI LESTARI

NIM 40222011

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Asri Dwi Lestari**
NIM : **40222011**
Judul skripsi : **Pengaruh Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Byond By Bsi Pada Generasi Z Di Kabupaten Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 25 Juni 2026
Yang menyatakan,



Asri Dwi Lestari
NIM. 40222011

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Asri Dwi Lestari

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Asri Dwi Lestari

NIM : 40222011

Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Byond by
BSI Pada Generasi Z Di Kabupaten Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Juli 2026

Pembimbing,



Ria Anisatus Shblihah, M.S.A.

NIP. 198706302018012001

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

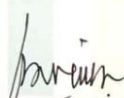
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Asri Dwi Lestari
NIM : 40222011
Judul Skripsi : **Pengaruh Dimensi SERVQUAL Terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna BYOND By BSI di Kabupaten Pekalongan**
Dosen Pembimbing : Ria Anisatus Sholihah, M.S.A.

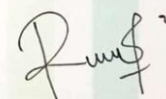
Telah diujikan pada hari Jumat tanggal 10 Juli 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I


Karima Tamara, S.T., M.M
NIP. 197303182005012002

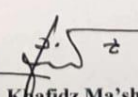
Penguji II


Mohammad Rosyada, M.M
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 14 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

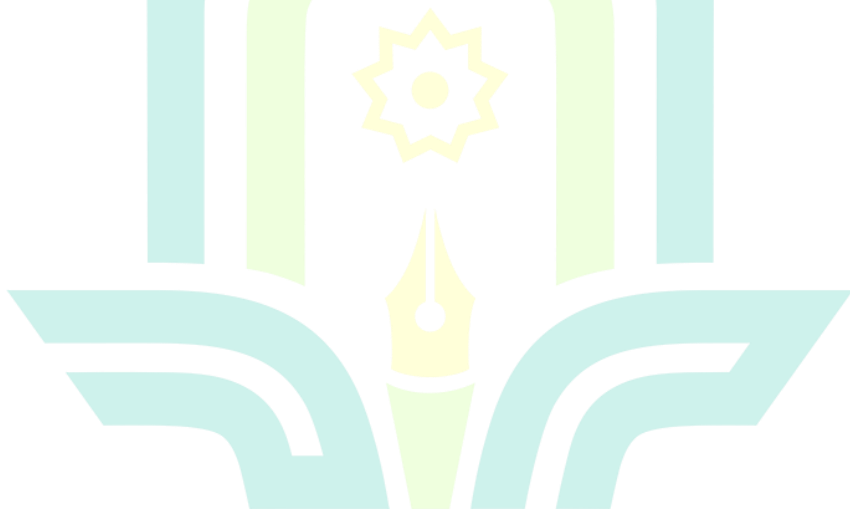
MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Tugas manusia hanya berjuang, bukan memaksakan hasil, Kita punya kendala tapi Allah punya kendali. Yakinlah jika Allah sudah ikut andil, maka tidak ada kata mustahil”

(Ustadz Hanan Attaki)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

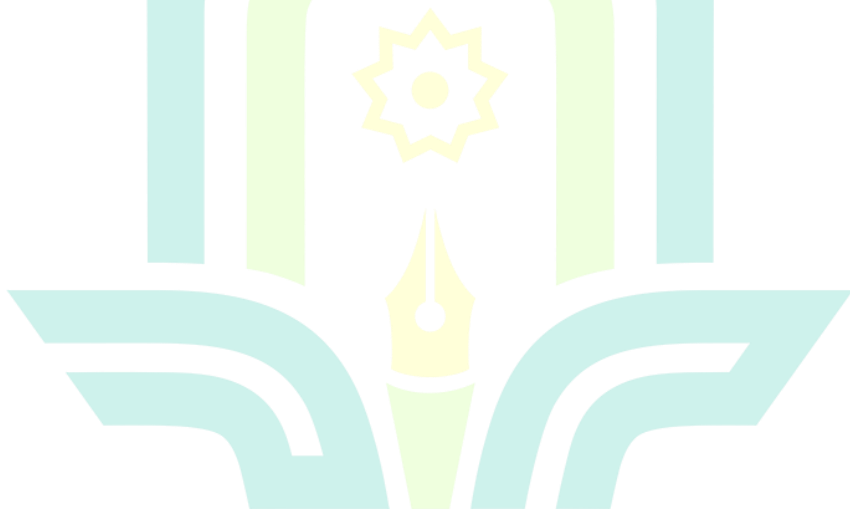
1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Caridin dan Ibu Slamet Barokah, yang dengan ketulusan, kesabaran, dan kasih sayang yang tak terhitung telah membimbing penulis sejak masa kecil hingga mencapai bangku perguruan tinggi. Terima kasih atas setiap doa yang dipanjatkan, setiap nasihat yang diberikan, dan setiap pengorbanan yang mengiringi langkah penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi dan meraih gelar sarjana. Terima kasih pula atas cintanya yang tidak pernah berkurang dan dukungan yang tidak pernah berhenti menguatkan penulis sepanjang perjalanan pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan dengan keberkahan dan kesehatan sepanjang usia. Aamiin.
2. Almamater tercinta, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sebagai tempat saya menimba ilmu dan mengembangkan diri dalam

bidang.

3. Dosen Pembimbing Ibu Ria Anisatus Sholihah, M.S.A. terima kasih atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam membimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini. Saya sangat bersyukur dapat dibimbing oleh Ibu.
4. Dosen Wali Bapak M Shulthoni, M.A., M.S.I., Ph.D terima kasih atas bimbingan dan dukungan selama masa perkuliahan. Kehadiran dan motivasi Bapak sangat berarti dalam perjalanan akademik saya.
5. Terima kasih kepada Yuzar Zulfan selaku Abang tercinta, atas segala dukungan, doa, perhatian dan semangat yang senantiasa diberikan baik secara moril maupun materil, selama menempuh proses perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala doa dan harapan segera tercapai.
6. Teruntuk Ainun Nuha, tidak ada kata lain yang dapat kuucapkan selain terima kasih dan rasa syukur bisa mempunyai sosok kekasih sekaligus teman diskusi penulis selama ini, mungkin selama ini prosesnya tidak selalu mulus, tetapi terima kasih sudah menjadi tempat penulis untuk meluapkan sedih, amarah, canda, dan tawa hingga dapat membentuk diri penulis saat ini. Terima kasih atas segala waktu dan usahanya sehingga penulis dapat berada di titik ini. Maaf atas perjalanan kita yang tidak selalu mulus ini, tetapi penulis berharap kita berdua dapat berproses bersama-sama. Terima kasih sudah datang ke kehidupan penulis, doa baikku menyertaimu.
7. Sahabat-sahabat tercinta, Vira, Vanes, Afiza, dan Sasa yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan semangat, serta menjadi tempat berbagi cerita dan melepas penat di tengah kesibukan akademik.
8. Seluruh pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas segala

kebaikan yang telah diberikan.

9. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri “Asri Dwi Lestari” yang selalu mengusahakan semua hal agar terlihat baik-baik saja. Terimakasih sudah sekuat ini dan bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih untuk tetap berusaha dan tidak menyerah. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan semua ini. Bagaimanapun kehidupan selanjutnya, hargai dirimu, tetap menjadi perempuan yang kuat, berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik.



ABSTRAK

ASRI DWI LESTARI. PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BYOND BY BSI PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PEKALONGAN.

Perkembangan teknologi digital mendorong perbankan syariah untuk terus meningkatkan kualitas layanan berbasis digital, salah satunya melalui aplikasi BYOND by BSI. Sebagai aplikasi yang relatif baru, perlu dilakukan pengkajian mengenai kualitas layanan yang dirasakan pengguna, khususnya Generasi Z sebagai segmen pengguna *mobile banking* yang dominan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi SERVQUAL yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel penelitian berjumlah 100 responden, yaitu Generasi Z di Kabupaten Pekalongan dan telah menggunakan aplikasi BYOND by BSI minimal enam bulan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *reliability* dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, variabel *tangible*, *assurance*, dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, dimensi SERVQUAL yang terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI.

Kata Kunci: SERVQUAL, Kepuasan Nasabah, BYOND by BSI, Generasi Z, Kualitas Layanan

ABSTRACT

ASRI DWI LESTARI. THE EFFECT OF SERVQUAL DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG GENERATION Z USERS OF BYOND BY BSI IN PEKALONGAN REGENCY.

Advances in digital technology are driving Islamic banking institutions to continuously improve the quality of their digital services, one of which is through the BYOND by BSI app. As a relatively new app, it is necessary to assess the quality of service as perceived by users, particularly Generation Z, which constitutes the dominant segment of mobile banking users. This study aims to analyze the influence of the SERVQUAL dimensions which include tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on the satisfaction of BYOND by BSI users.

This study employs a quantitative approach with an associative research design. The sampling technique uses nonprobability sampling with a purposive sampling method. The study sample consisted of 100 respondents Generation Z members in Pekalongan Regency who had been using the BYOND by BSI app for at least six months. Data were collected through a questionnaire using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 27.

The results indicate that, individually, the reliability and responsiveness variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the tangible, assurance, and empathy variables do not have a significant effect on customer satisfaction. Collectively, the SERVQUAL dimensions comprising tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have a significant effect on the satisfaction of BYOND by BSI users.

Keywords: SERVQUAL, Customer Satisfaction, BYOND by BSI, Generation Z, Service Quality.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, saya sampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abddurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abddurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Ria Anisatus Sholihah, M.S.A selaku Dosen Pembimbing yang penuh dengan kesabaran memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak M Shulthoni, M.A., M.S.I., Ph.D selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang telah memberikan dukungan moral, spiritual, serta material yang tak ternilai harganya.
8. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan, yang telah memberikan bantuan, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Perbankan Syariah dan Keuangan Syariah. Akhir kata, saya berharap semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Pekalongan, 25 Juni 2026



Asri Dwi Lestari

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xvi
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Landasan Teori.....	16
1. <i>Service Quality Theory</i>	16
2. Kualitas Layanan	17

3. Kepuasan Nasabah	23
4. <i>Mobile banking</i>	28
B. Telaah Pustaka	32
C. Kerangka Berfikir.....	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Pendekatan Penelitian	46
C. Setting Penelitian	46
D. Populasi dan Sampel	46
E. Variabel Penelitian	48
F. Sumber Data.....	50
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Penelitian.....	56
B. Hasil Analisis Data.....	62
C. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	83
A. Simpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	z	Zet

س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	A
ِ	Kasrah	i	I
ُ	Dammah	u	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سِئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...إ...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ؤ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul

munawwarah

- طَلْحَةُ

Talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Contoh:

- نَزَّلَ

nazzala

- الْبِرُّ

al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ

ar-rajulu

- الْقَلَمُ

al-qalamu

- الشَّمْسُ

asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof, namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn/
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-
`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil
`ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān
ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعاً Lillāhi al-amru jamī'an/Lillāhil-
amru jamī'an

J. Tajwid

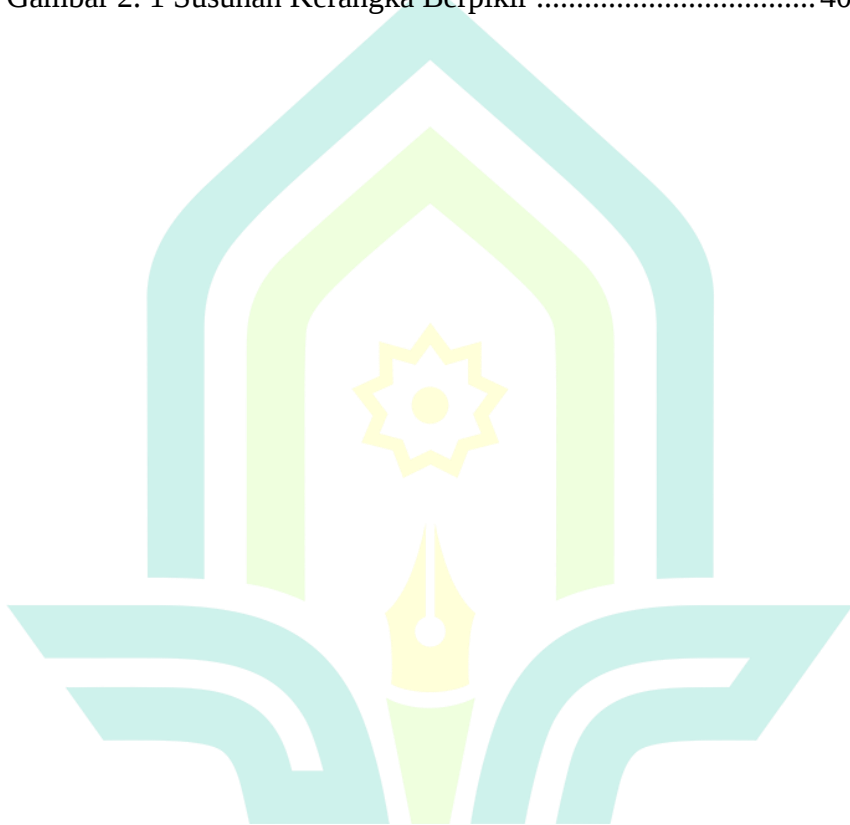
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2 Skala Likert	52
Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia Responden.....	58
Tabel 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 4 Berdasarkan Alamat Domisili.....	60
Tabel 4. 5 Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan <i>Mobile banking</i>	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 8 Hasil uji Normalitas	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Uji t.....	70
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Uji F.....	72
Tabel 4. 14 Koefisiensi Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Mobile banking 2025	3
Gambar 2. 1 Susunan Kerangka Berpikir	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	VI
Lampiran 3 Hasil Output Uji Instrumen	XV
Lampiran 4 Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	XXVIII
Lampiran 5 Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda	XIX
Lampiran 6 Hasil Output Uji Hipotesis	XX
Lampiran 7 R Tabel	XXI
Lampiran 8 t Tabel.....	XXI
Lampiran 9 F Tabel.....	XXII
Lampiran 10 Surat Pengantar Penelitian.....	XXIII
Lampiran 11 Surat Kesediaan Menjadi Responden.....	XXIV
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	XXV
Lampiran 13 Dokumentasi.....	XXVI

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya era digital, layanan perbankan telah mengalami perubahan signifikan sebagai dampak dari penerapan teknologi informasi (Irfan et al., 2023). Transformasi teknologi informasi dan komunikasi ini secara nyata mengubah cara kerja berbagai sektor, termasuk industri perbankan. Jika sebelumnya bank lebih mengandalkan layanan interaksi langsung melalui kantor cabang, kini mereka beralih ke platform digital, seperti *mobile banking* dan aplikasi berbasis internet. Pergeseran ini dilakukan agar bank mampu memenuhi kebutuhan nasabah yang terus mengalami peningkatan dan perubahan.

Menurut Patrik & Lady pada Rohmawati et al. (2023) penggunaan *mobile banking* sebagai layanan transaksi keuangan nirkabel menghadirkan kemudahan, kepraktisan, dan efisiensi pada kegiatan perbankan, terutama karena mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan keamanan. Kondisi ini mendorong perusahaan, termasuk lembaga keuangan, untuk menyesuaikan strategi bisnisnya dengan mengintegrasikan teknologi sebagai bagian penting dari inovasi produk dan layanan. Menurut laporan (MetroJaya, 2025) data Bank Indonesia (BI) menyebutkan jumlah transaksi digital banking di Indonesia mencapai 4,4 miliar transaksi pada bulan juli 2025, meningkat 45% dari tahun sebelumnya, menunjukkan tren adopsi teknologi yang pesat. Fenomena ini tidak hanya mempermudah akses keuangan tetapi juga menuntut bank untuk meningkatkan kualitas layanan agar mampu bersaing di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

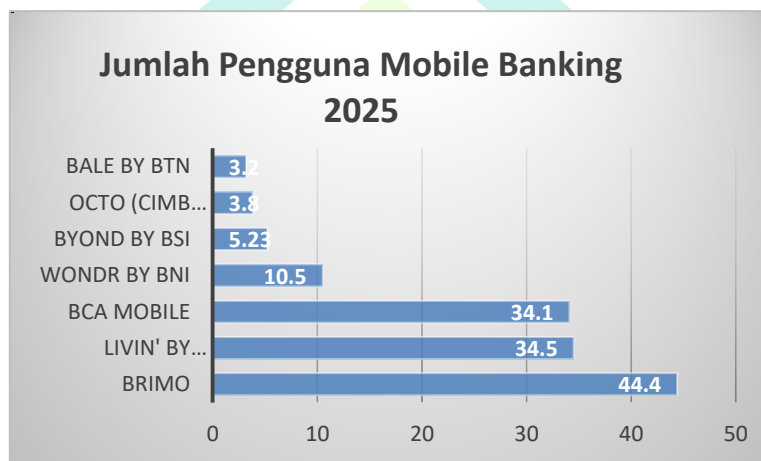
Transformasi digital ini juga dipengaruhi oleh perubahan demografi nasabah, khususnya Generasi Z (kelahiran 1997–2012). Generasi ini yang saat ini berusia 12 hingga 27 tahun, yakni kelompok *digital native* yang mahir menggunakan teknologi. Kondisi tersebut membentuk ekspektasi terhadap layanan yang cepat, mudah, personal, dan inovatif. Data dari survei Lokadata.id menunjukkan bahwa 73% Generasi Z di Indonesia lebih memilih layanan perbankan digital dibandingkan konvensional, dengan alasan kemudahan akses dan efisiensi waktu (Ahmad Luthfi, 2024).

Perkembangan internet yang pesat menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi kebutuhan terutama bagi generasi Z. Tren ini mendorong sektor perbankan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi melalui berbagai inovasi, khususnya dalam menyelaraskan kualitas performa bank agar lebih sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Upaya-upaya ini juga bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam menjalankan aktivitas perbankan harian mereka (Akob & Sukarno, 2022).

Pesatnya pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia telah mendorong lahirnya berbagai inovasi pada industri perbankan, salah satunya yakni *mobile banking*. Teknologi ini yakni bentuk koneksi elektronik yang memungkinkan nasabah berinteraksi langsung dengan bank melalui perangkat seluler, sehingga proses perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian transaksi keuangan secara real-time. Pemanfaatan *mobile banking* menghadirkan kemudahan bagi nasabah memperoleh akses yang lebih mudah terhadap berbagai aktivitas perbankan, mulai dari transfer dana, transaksi tagihan, pengecekan saldo, sampai investasi tanpa perlu datang ke kantor cabang, baik melalui saluran seperti aplikasi seluler, SMS banking, maupun internet banking.

Sebagai upaya untuk mendorong perkembangan teknologi informasi serta meningkatkan pelayanan kepada nasabah, Bank Syariah Indonesia menghadirkan SuperApp BYOND by BSI yakni pada 9 November 2024. Aplikasi tersebut yakni pengembangan BSI Mobile yang telah hadir sejak tahun 2021. Pada kurun waktu dua bulan sejak peluncuran, sekitar 85,7% atau kurang lebih 3,5 juta pengguna lama telah beralih menggunakan aplikasi terbaru ini (Bank Syariah Indonesia, 2025).

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna *Mobile banking* 2025



Sumber: Bisnis.com, 2025

Berdasarkan survei yang dilaporkan oleh bisnis.com jumlah pengguna BYOND by BSI pada tahun 2025 mencapai sekitar 5,23 juta orang. Jumlah ini masih lebih rendah dibandingkan beberapa aplikasi *mobile banking* utama, sehingga menunjukkan bahwa posisi BYOND belum sekuat kompetitornya. Namun angka tersebut tetap mencerminkan adanya adopsi yang cukup baik terhadap layanan digital perbankan syariah. Selain itu, berdasarkan data resmi yang dipublikasikan oleh Bank Syariah Indonesia, hingga Desember

2025 jumlah pengguna BYOND by BSI telah mencapai sekitar 6 juta pengguna dan tumbuh sebesar 197% secara tahunan (YoY) sejak diluncurkan pada November 2024. Sebagai implementasi strategi transformasi digital, BSI bahkan menargetkan jumlah konsumen *mobile banking* mendapati melebihi 10 juta pengguna pada tahun 2026 (Bank Syariah Indonesia, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa BYOND by BSI memiliki peluang yang besar untuk terus berkembang, terutama apabila didukung oleh peningkatan kualitas layanan, pengembangan fitur yang inovatif, serta pengalaman pengguna yang lebih baik guna meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas nasabah.

BYOND by BSI dirancang sebagai platform digital terpadu berbasis prinsip syariah yang menyediakan berbagai layanan, mulai dari fitur transaksi keuangan, pembukaan rekening secara daring, hingga layanan konsultasi perbankan (Aini et al., 2025). Selain berperan sebagai sarana transaksi perbankan, aplikasi ini juga menghadirkan fitur islami, berupa pembayaran zakat dan informasi waktu salat, sehingga tidak hanya memudahkan aktivitas finansial, tetapi juga mendukung kebutuhan spiritual nasabah. Keunggulan lain dari BYOND by BSI terletak pada penerapan sistem keamanan berlapis yang dirancang untuk melindungi data serta transaksi nasabah. Pada proses aktivasi, nasabah diwajibkan melakukan verifikasi menggunakan PIN dan informasi kartu debit. Di samping itu, aplikasi ini dilengkapi dengan *fraud detection system* yang mampu mendeteksi aktivitas transaksi yang tidak wajar atau berpotensi mengandung unsur penipuan.

BYOND by BSI turut menggunakan *Hardware Security Module*, sebagai sistem keamanan yang dirancang untuk menjaga kerahasiaan PIN dan data nasabah melalui sistem enkripsi secara optimal. Seluruh fitur yang tersedia telah melalui serangkaian audit keamanan berkala lewat teknik

white box, *black box*, dan *grey box testing* untuk mengidentifikasi sekaligus memitigasi celah kerentanan yang ada (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2024). Beragam fitur dan inovasi yang ditawarkan mencerminkan komitmen BSI untuk memenuhi kebutuhan nasabah secara menyeluruh. Dengan ini, BYOND by BSI diharapkan dapat berkembang menjadi aplikasi perbankan syariah yang komprehensif dan menghadirkan manfaat luas baik secara sosial, spiritual, maupun ekonomi.

Meskipun telah menunjukkan kemajuan yang positif, aplikasi ini belum sepenuhnya terlepas dari berbagai tantangan. Suatu bentuk kelemahan yang masih dihadapi yakni rendahnya tingkat pemahaman teknologi digital pada nasabah lanjut usia, sehingga mereka masih memerlukan bantuan dari *costumer service*. Selain itu, keamanan menjadi perhatian utama, terutama terkait risiko penipuan daring dan perlindungan data pribadi. Di sisi lain, beberapa pengguna mengeluhkan bahwa aplikasi ini tidak efisien atau membingungkan, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan (Azka, D. J., 2025).

Peristiwa serangan ransomware pada Mei 2023 yang dialami oleh BSI semakin menegaskan pentingnya penguatan sistem keamanan siber pada layanan perbankan digital. Serangan tersebut mengakibatkan terganggunya operasional layanan BSI selama beberapa hari dan kebocoran data pribadi 15 juta nasabah (CNN Indonesia, 2023). Selain berbagai tantangan tersebut, sebagai aplikasi yang masih relatif baru, BYOND by BSI masih berada pada tahap adaptasi pengguna. Meskipun jumlah pengguna terus meningkat, peningkatan tersebut belum dapat dijadikan indikator bahwa seluruh pengguna telah merasa puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Pengguna Generasi Z memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap aplikasi digital, seperti kecepatan akses,

kemudahan navigasi, stabilitas sistem, keamanan transaksi, serta respons yang cepat ketika terjadi kendala. Apabila aspek-aspek tersebut tidak mampu memenuhi harapan pengguna, maka akan muncul ketidakpuasan yang berpotensi menurunkan intensitas penggunaan aplikasi, menghambat migrasi pengguna dari BSI Mobile ke BYOND, bahkan mendorong nasabah beralih ke layanan *mobile banking* bank lain yang dianggap mampu memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik. Hal ini memperkuat urgensi perlunya meneliti bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tanggapan hasil evaluasi yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan ekspektasi sebelum menggunakan layanan dengan persepsi nyata atas kualitas pelayanan yang telah diterima (Izzuddin, 2021). Konsep ini menekankan bahwa kepuasan bukanlah sesuatu yang statis, melainkan hasil dari evaluasi subjektif pelanggan yang membandingkan ekspektasi awal seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, atau kualitas interaksi dengan pengalaman nyata yang mereka alami. Kotler menyatakan bahwa kepuasan nasabah yaitu ungkapan perasaan yang muncul akibat perbandingan antara kinerja aktual dengan ekspektasi. Kepuasan tercapai ketika kinerja atau hasil sesuai dengan ekspektasi, dan sebaliknya (Kumrotin & Susanti, 2021). Pada hal ini, kepuasan nasabah memiliki keterkaitan erat dengan kualitas pelayanan, karena layanan yang unggul seperti yang ditawarkan oleh aplikasi BYOND by BSI mampu membentuk persepsi positif sekaligus meningkatkan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

Kualitas layanan yakni upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui pemberian layanan yang optimal. Pelayanan yang berkualitas ditunjukkan oleh adanya

kemudahan, kecepatan, kompetensi, hubungan yang baik, dan sikap ramah dalam melayani pelanggan. Kualitas tersebut diukur berdasarkan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan yang diterima dengan harapan mereka sebelumnya (Aditya et al., 2022). Kualitas layanan sering kali diukur menggunakan pendekatan SERVQUAL, sebuah pendekatan yang umum diterapkan untuk menilai kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan. Penilaian dilakukan melalui perbandingan antara standar harapan pelanggan sebelum layanan diberikan dengan kualitas yang diperoleh setelah layanan diterima. Pada penerapannya, metode ini terdiri atas lima variabel, yakni bukti bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Anjayati, 2021).

Tjiptono & Diana (2018) menyatakan bahwa pendekatan servqual yang diaplikasikan dalam mengukur kualitas layanan berlandaskan pada lima dimensi utama.

Tangible mencakup bukti nyata mengenai kemampuan perusahaan dalam menghadirkan layanan yang berkualitas melalui berbagai aspek fisik, yang meliputi penampilan perusahaan, ketersediaan fasilitas, dukungan teknologi, serta media komunikasi yang digunakan. Pada aplikasi BYOND by BSI, desain tampilannya lebih modern dan minimalis, menyesuaikan tren terkini serta preferensi generasi masa kini sehingga ikon, menu, dan tata letak tampil lebih atraktif. Aspek-aspek fisik ini menciptakan kesan pertama yang kuat dan dapat memengaruhi tingkat kenyamanan serta kepercayaan nasabah. Pengaruh baik yang kuat ditemukan pada aspek *tangible* pada tingkat kepuasan nasabah berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Yanti (2023) Bank Aceh Syariah. Temuan tersebut didukung oleh analisis Hidayanti dan Handayani (2020) di PD Bank Perkreditan

Rakyat Blora mengungkapkan bahwa dimensi *tangible* memberi pengaruh positif serta signifikan dalam menentukan kepuasan nasabah.

Dimensi *reliability* merepresentasikan keandalan perusahaan dalam menyelenggarakan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Indikator utama untuk mengukur keandalan sebuah bank meliputi konsistensi layanan, akurasi transaksi, dan kemampuan untuk memenuhi komitmen layanan tepat waktu. Nasabah umumnya merasa puas dan loyal apabila mereka memiliki keyakinan bahwa bank mampu diandalkan pada memenuhi harapan secara konsisten. Aplikasi BYOND menonjol melalui desain yang lebih modern dan sistem yang lebih cepat, meskipun tingkat stabilitasnya belum sepenuhnya teruji pada berbagai kondisi. Fenomena terkini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang saat ini dirasakan oleh nasabah dipengaruhi oleh keandalan, yang yakni salah satu indikator utama. Hasil tersebut sejalan dengan Nafisyah (2025) yang mengungkapkan bahwa pada tingkat kepuasan nasabah dipengaruhi signifikan oleh dimensi *reliability*.

Responsiveness yakni kemampuan perusahaan dalam merespons dan membantu nasabah menyelesaikan permasalahan transaksi. Aspek ini meliputi kecepatan, ketepatan, dan kesiapan dalam merespons kebutuhan maupun keluhan nasabah. Kualitas pada aspek tersebut berperan dalam membentuk kepuasan nasabah, karena pelayanan yang responsif dan akurat cenderung mampu memenuhi ekspektasi pengguna. Aplikasi BYOND by BSI dilengkapi dengan fitur bantuan terintegrasi yang memudahkan pengguna menghubungi call center tanpa meninggalkan aplikasi.

Penelitian di Bank Syariah Indonesia Cabang Juanda Kota Samarinda, Jubaidi et al., (2024) variabel *responsiveness* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta diperkuat oleh Rustandi dan Ramdhani (2022)

di Bank Syariah Mandiri Cianjur menunjukkan bahwa *Responsiveness* memperoleh hasil yang serupa.

Assurance salah satu aspek utama kualitas layanan karena mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam membangun kepercayaan yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Nasabah umumnya akan merasa lebih puas dan percaya apabila mereka meyakini bahwa karyawan perusahaan memiliki kompetensi dan integritas yang tinggi dalam menghadirkan layanan. Aplikasi BYOND by BSI unggul dalam aspek ini karena dilengkapi teknologi *Hardware Security Module* (HSM) dan alat pendeteksi fraud yang memperkuat perlindungan bagi para penggunanya. Bukti empiris menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pengguna layanan perbankan juga dipengaruhi oleh efektivitas dimensi *assurance*. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Suharyono dan Azani (2021) di PT Sun Life Financial Indonesia yang mendapati variabel *responsiveness* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Empathy yakni dimensi yang menggambarkan kepedulian perusahaan terhadap pelanggan melalui pemberian perhatian secara personal, pemahaman terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan, serta komunikasi yang berlangsung secara efektif. Nasabah umumnya merasa puas ketika mereka merasa dipahami dan dihargai oleh bank, yang terwujud pada pelayanan yang personal dan responsif terhadap kebutuhan mereka. Aplikasi BYOND by BSI dilengkapi dengan fitur pengelolaan keuangan yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan nasabah, antara lain perencanaan dana haji, umrah, pendidikan, dan tujuan keuangan lainnya. Kehadiran fitur tersebut menghadirkan fleksibilitas dalam menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pengguna. Penelitian yang dilakukan oleh Asyfiya dan Fariza (2024) di Bank

Syariah Indonesia KCP Cirebon Plered 1 menegaskan bahwa dimensi *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah terhadap layanan BYOND by BSI dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang mencakup *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy*, serta faktor lingkungan sosial dan pandangan mengenai kemudahan maupun hambatan dalam penggunaan layanan tersebut.

Hasil temuan Saina et al., (2026) pada penelitian mereka sebelumnya, memperkuat argumen ini dengan mengevaluasi layanan aplikasi *Mobile banking* Bank NTT secara umum telah memuaskan pengguna, yang ditandai dengan nilai gap SERVQUAL positif. Kelima dimensi ini secara empiris terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna baik secara parsial maupun simultan, serta memiliki hubungan yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan pengguna. Disisi lain, penelitian oleh Lestari et al., (2024) menghasilkan temuan yang berbeda, di mana secara parsial dimensi *tangible*, *assurance*, dan terutama *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sementara *reliability* dan *responsiveness* belum signifikan terhadap pengguna aplikasi BNI *Mobile banking*.

Berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya, Prihatiningrum & Zuraidah (2022) mengungkapkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL yang terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah di BJB Cabang Tangerang. Perbedaan hasil yang ditemukan dalam penelitian tersebut menjadi landasan yang penting untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut pada studi ini.

Temuan-temuan yang berbeda menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap), serta gap fenomena, yaitu adanya ketidaksesuaian antara harapan pengguna dan realisasi kualitas layanan BYOND by BSI. Kesenjangan ini perlu ditelaah kembali untuk menentukan sejauh mana kualitas layanan memengaruhi kepuasan nasabah, terutama di kalangan Generasi Z, sebagai segmen pengguna paling aktif *mobile banking*.

Penelitian ini akan difokuskan pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Kabupaten Pekalongan yakni daerah dengan pertumbuhan ekonomi menengah, di mana sektor perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki potensi besar untuk menjangkau nasabah muda. Data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pekalongan (2023) Generasi Z mencakup sekitar 45% dari total penduduk usia produktif, dengan tingkat penggunaan smartphone mencapai 85%, menjadikan mereka target utama untuk layanan digital banking.

Berbagai penelitian mengenai kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar masih mengkaji aplikasi yang telah lama digunakan atau memiliki cakupan layanan yang luas. Sementara itu, Potensi besar yang ditawarkan oleh BYOND dari BSI dalam meningkatkan kenyamanan layanan perbankan digital belum didukung oleh analisis yang memadai, karena aplikasi hasil pengembangan BSI Mobile ini tergolong sebagai inovasi yang baru dirilis. Oleh karena itu, kajian ilmiah mengenai aplikasi ini masih perlu dikembangkan

Berlandaskan berbagai fenomena tersebut, yaitu meningkatnya penggunaan layanan perbankan digital, posisi BYOND by BSI sebagai aplikasi yang masih baru, masih adanya berbagai kendala penggunaan, tingginya ekspektasi Generasi Z terhadap kualitas layanan digital, serta adanya

perbedaan hasil penelitian terdahulu (*research gap*), penelitian berjudul “Pengaruh Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna BYOND by BSI di Kabupaten Pekalongan” perlu dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif untuk mengukur efektivitas dimensi kualitas layanan dalam membentuk kepuasan pengguna. Penelitian ini diproyeksikan mampu memperkaya kajian empiris sekaligus menjadi referensi bagi pengembangan layanan perbankan syariah berbasis digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi dasar yang telah dijabarkan, maka dirumuskan arah kajian yakni:

1. Apakah *Tangible* (Bukti Fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
2. Apakah *Reliability* (Keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
3. Apakah *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
4. Apakah *Assurance* (Jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
5. Apakah *Empathy* (Empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND By BSI?
6. Apakah *Tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BYOND by BSI?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
2. Untuk menganalisis pengaruh *Reliability* (Keandalan) terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?

3. Untuk menganalisis pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
4. Untuk menganalisis pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
5. Untuk menganalisis pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI?
6. Untuk menganalisis pengaruh *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BYOND by BSI?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin didapatkan penulis melalui karya ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan guna memperkaya pemahaman masyarakat mengenai keuangan syariah serta menghadirkan kontribusi ilmiah pada bidang ekonomi, khususnya pada keputusan Generasi Z dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank BSI

Penulis berharap temuan ini bisa menjadi kerangka acuan kepada Bank Syariah Indonesia mengenai analisis dinamika preferensi layanan keuangan digital di kalangan Generasi Z. Hasil Penelitian ini memainkan peran penting sebagai landasan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan tingkat kinerja dan pemanfaatan layanan sesuai dengan kebutuhan serta preferensi nasabah.

b. Bagi Generasi Z

Penulis berharap hasil yang diperoleh dapat menjadi sumber referensi bagi kalangan Generasi Z

guna meningkatkan pemahaman sekaligus kepercayaan pada penggunaan layanan mobile BSI.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa dapat memperkaya pemahaman serta menjadi sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya, terlebih yang berkaitan pada persepsi Generasi Z mengenai kemudahan penggunaan dan kegunaan, serta respons perilaku mereka terhadap platform perbankan digital BSI.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yakni uraian yang ringkas atau jelas yang terhubung dengan topik-topik lain yang akan dibahas secara metodis agar dapat dipahami dengan mudah oleh seluruh pembaca.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan permasalahan diteliti sepanjang studi ini dan dijelaskan pada bab berikutnya. Dari bab yang ditawarkan pada pendahuluan, termasuk latar belakang, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat dari masalah tersebut.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan teori yang akan dikaji pada penelitian ini. Menyajikan kerangka konseptual dan hipotesis yang memandu penelitian ini, dan penjelasan tentang telaah pustaka sebelumnya yang sebanding semuanya disajikan pada tinjauan pustaka.

BAB III : METODE PENELITIAN

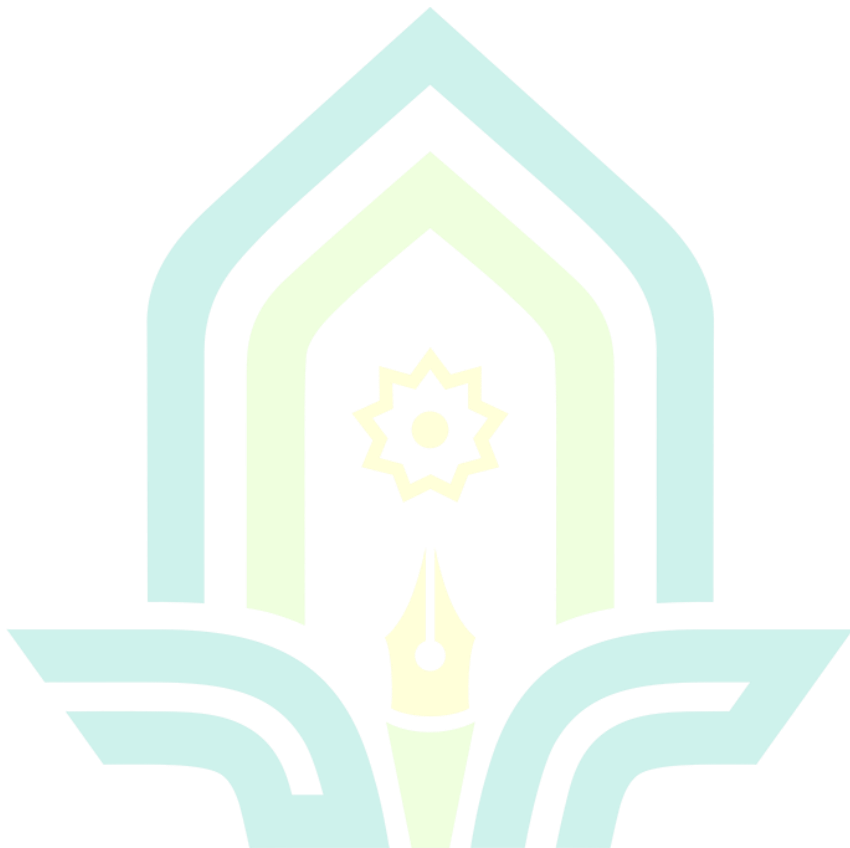
Bab ini menguraikan variabel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data, Populasi dan Sampel Penelitian sebagai instrumen penelitian, metodologi penelitian, lingkungan penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menghadirkan informasi tentang data yang disatukan dan hasil yang dicapai pada analisis.

BAB V : PENUTUP

Penutup diletakkan setelah hasil dan pembahasan untuk menyimpulkan hasil penelitian ini dan memberi saran dari seluruh analisis yang telah dilakukan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Service Quality Theory

Teori SERVQUAL (*Service Quality*) adalah suatu instrumen pengukuran kualitas pelayanan jasa yang dikembangkan oleh Zeithaml et al. 1988. Model ini berfokus pada kesenjangan antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Lima dimensi utama *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merepresentasikan elemen-elemen krusial yang memengaruhi evaluasi pelanggan terhadap suatu layanan. Kelima dimensi tersebut menjadi dasar bagi pelanggan dalam mengevaluasi kualitas suatu layanan sehingga model SERVQUAL banyak digunakan sebagai landasan teoritis untuk mengkaji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2021), kualitas layanan merupakan faktor utama yang harus dipenuhi oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka (Alfajar et al., 2021). Selain itu, Wahyu Wibowo & Imam Nuryanto (2022) menjelaskan bahwa dimensi SERVQUAL dapat berfungsi sebagai tolok ukur untuk mengevaluasi kualitas layanan karena dimensi tersebut secara efektif menggambarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diterima.

Dalam konteks layanan digital BYOND by BSI, dimensi *tangible* tercermin pada tampilan dan kemudahan penggunaan aplikasi, *reliability* pada keandalan sistem

dalam memproses transaksi secara akurat dan stabil, *responsiveness* pada kecepatan bank dalam merespons kebutuhan maupun keluhan pengguna, *assurance* pada keamanan transaksi serta perlindungan data nasabah, dan *empathy* pada kemampuan layanan dalam memahami kebutuhan pengguna melalui berbagai fitur yang disediakan.

Teori SERVQUAL dipilih sebagai grand theory dalam penelitian ini karena dapat menjelaskan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan melalui lima dimensi utama yang relevan dalam mengevaluasi kualitas layanan digital BYOND by BSI. Berdasarkan teori ini, penelitian ini mengasumsikan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan pada dimensi tangibilitas, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati, semakin tinggi pula tingkat kepuasan di kalangan pengguna BYOND by BSI. Oleh karena itu, kelima dimensi SERVQUAL tersebut diposisikan sebagai variabel independen yang dihipotesiskan memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen.

2. Kualitas Layanan

2.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas menurut Kotler dan Keller adalah tolak ukur standar yang digunakan oleh konsumen, di mana suatu perusahaan dianggap berkualitas tinggi jika produk atau layanannya memenuhi kebutuhan pelanggan dan melampaui ekspektasi mereka. Sementara, Layanan yakni tindakan atau aktivitas pelayanan yang ditujukan kepada pelanggan dalam bentuk yang tidak berwujud, tanpa menciptakan perpindahan hak kepemilikan bagi salah satu pihak (Putro et al., 2021).

Menurut Tjiptono (2014), kualitas layanan ialah kemampuan suatu perusahaan dalam menghadirkan

layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan melalui pemeliharaan standar layanan yang unggul sehingga mampu memenuhi kebutuhan pengguna. Penilaian terhadap kualitas pelayanan bergantung pada kesesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan. Semakin optimal kualitas layanan yang ditawarkan, semakin besar peluang terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut pada akhirnya dapat memperkuat sikap positif dan meningkatkan intensi pelanggan untuk menggunakan kembali layanan yang tersedia.

Menurut perspektif Islam, kualitas layanan diajarkan sebagai kewajiban untuk menghadirkan hasil terbaik pada bentuk barang maupun jasa dengan standar yang unggul, bukan yang buruk atau berkualitas rendah pada pihak lain. Seperti yang tertuang pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
الْأَرْضَ لِلَّهِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ لَكُمْ مِنَ
بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya :

" Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu nafkahkan, padahal kamu sendiri tidak bersedia menerimanya kecuali dengan enggan. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji ”.

Zeithaml dkk menyatakan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*) dengan pelayanan yang diinginkan (*expected service*). Kualitas ialah faktor utama dalam mencapai

keunggulan kompetitif bagi perusahaan, karena hal ini turut menentukan pilihan pelanggan terkait produk dan layanan yang ditawarkan (Kristania et al., 2022). Di sektor jasa khususnya perbankan, daya saing sering diukur dari kualitas layanan yang diberikan. Dari hal tersebut maka nilai kualitas bisa menentukan presentase kepuasan. Semakin baik bentuk pelayanan artinya semakin besar kemungkinan konsumen akan puas dengan produk atau layanan tersebut.

2.2 Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono & Diana (2018), ada lima variabel pada SERVQUAL. Kelima dimensi tersebut yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang menjadi karakteristik utama dalam mengukur kualitas layanan jasa. Dimensi SERVQUAL tersebut dinilai relevan untuk diterapkan baik pada layanan berbasis digital maupun konvensional, sekaligus mampu menggambarkan merepresentasikan anggapan nasabah pada kualitas jasa yang ditawarkan.

a. *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible menurut Tjiptono & Diana (2018) yaitu bukti fisik yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan bentuk pelayanan optimal bagi pelanggannya, bukti fisik tersebut meliputi tampilan perusahaan, kelengkapan fasilitas dan pemanfaatan teknologi pendukung, serta media komunikasi yang digunakan. Pada perspektif Islam dimensi *tangible* ini berfungsi sebagai perwujudan nyata dari penampilan yang selaras dengan nilai-nilai Islam, termasuk ketersediaan fasilitas dan penggunaan teknologi, dan unsur fisik lainnya yang membentuk citra lembaga jasa syariah. Hal ini bertujuan untuk memudahkan umat Islam dalam memperkuat ketakwaan mereka.

Selain itu, Fida et al. (2020) mendefinisikan *tangible* sebagai representasi dari aspek fisik yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan yang unggul kepada nasabah, dimensi ini terlihat melalui berbagai unsur fisik yang dapat diamati oleh nasabah selama menerima layanan. Pada penelitian ini, bukti fisik tersebut secara khusus dikaitkan dengan penyajian layanan *mobile banking*. Bentuk layanan fisik ini umumnya mencakup fasilitas dan infrastruktur yang disediakan, teknologi yang digunakan, serta performance pemberi layanan yang selaras dengan karakteristik layanan. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kinerja melalui variabel fisik yang dapat diamati secara langsung.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Reliability menurut teori Tjiptono & Diana (2018) yakni kemampuan suatu pihak dalam memberikan layanan berkualitas tinggi kepada nasabah. Dimensi ini mencakup penyampaian layanan yang tepat waktu serta akurat, serta kemampuan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan untuk menawarkan layanan yang andal, terutama dalam menangani keluhan nasabah secara jujur dan tepat.

Persepsi dari Al-Hawary & Al-Smeran (2017) *Reliability* ialah kemampuan perusahaan dalam menyajikan pelayanan dan informasi berkualitas sesuai dengan kriteria keakuratan pada di situs web, efisiensi waktu, terpercaya serta kemampuan memenuhi janji pada pengguna agar terciptanya kepuasan yang tinggi pada nasabah. Dalam hal ini konsep *reliability* pada *mobile banking* dapat ditinjau dari perspektif pengguna yaitu kemampuan aplikasi

yang stabil, aman, dan mudah diakses di berbagai perangkat. Nasabah membutuhkan aplikasi yang mampu mendukung berbagai transaksi, seperti pengecekan saldo, pemindahan dana antar bank, sampai pembayaran tagihan. Kondisi ini menggambarkan komitmen Bank Syariah Indonesia dalam menyediakan layanan digital yang maju dan selaras dengan kemajuan teknologi.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Menurut Tjiptono & Diana (2018) *Responsiveness* yakni kemampuan perusahaan dalam membantu konsumen menyelesaikan permasalahan terkait dengan transaksi yang mencakup kecepatan penyelesaian masalah serta kesiapan staf dalam memberikan bantuan. Pada perspektif Islam, *responsiveness* mencerminkan komitmen dan profesionalisme lembaga jasa syariah dalam menghadirkan pelayanan yang tanggap, sesuai dengan ajaran dalam Q.S. Al-Insyirah [94]:7 yang menekankan pentingnya ketertiban dan ketanggapan pada setiap aktivitas.

Responsiveness layanan merujuk pada kemampuan dalam merespons permasalahan nasabah secara efisien, disertai dengan komunikasi yang jelas dan mudah dipahami. Daya tanggap dalam penelitian ini menggambarkan kemampuan bank dalam memberikan layanan *mobile banking* yang gesit, mudah diakses, dan mendukung transaksi yang efisien (Al-Hawary & Al-Smeran, 2017).

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance dalam tanggapan Tjiptono & Diana (2018) yakni kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa aman kepada nasabah melalui

pengetahuan, sikap, dan kemampuan karyawan yang dapat menumbuhkan kepercayaan. Aspek ini mencerminkan bahwa layanan yang diberikan bersifat dapat diandalkan, sehingga mampu mengurangi keraguan nasabah serta meminimalkan risiko yang dirasakan. Sementara itu, Khan et al., (2021) mendefinisikan jaminan pada penelitian mereka sebagai pengetahuan mengenai informasi, kemampuan, dan jaminan keamanan yang dimiliki oleh sebuah bank, baik pada karyawannya maupun layanannya yang dipersepsikan bebas dari ancaman, risiko, dan keraguan.

Pada penelitian ini, *assurance* diartikan sebagai tingkat keamanan layanan *mobile banking*, termasuk jaminan bahwa transaksi dilakukan secara akurat serta informasi yang disajikan pada aplikasi memiliki kualitas yang baik. Selain itu, perilaku karyawan berperan penting dalam memperkuat kepercayaan nasabah terhadap perusahaan sekaligus menumbuhkan rasa aman. Oleh karena itu, karyawan dituntut untuk menunjukkan sikap sopan, didukung oleh pengetahuan dan keterampilan yang memadai agar perusahaan mampu memenuhi setiap komitmennya kepada pelanggan.

e. *Empathy* (Empati)

Empathy menurut Tjiptono & Diana (2018) yakni kemampuan perusahaan dalam menghadirkan perhatian dan kepedulian secara personal terhadap nasabah, termasuk upaya untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan nasabah melalui komunikasi yang efektif, serta menghadirkan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi yang diinginkan.

Empathy tercermin pada sikap penuh perhatian karyawan terhadap nasabah, yang dimanifestasikan melalui kemudahan interaksi, komunikasi yang baik, serta pemahaman akan kebutuhan nasabah (Ronny et al., 2021). Empati pada penelitian ini diartikan sebagai bentuk kepedulian bank terhadap nasabah yang diwujudkan melalui pemahaman atas kebutuhan mereka, kesederhanaan ketika transaksi, serta membantu menuntaskan kendala yang muncul pada *mobile banking*.

2.3 Manfaat Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang optimal memberikan manfaat yang luas, tidak hanya bagi nasabah sebagai pengguna jasa, tetapi juga bagi perusahaan serta karyawan. Adapun manfaat kualitas layanan yang sebagaimana dijelaskan oleh (Tjiptono, 2014).

- 1) Bagi Nasabah yaitu pemenuhan kebutuhan pelanggan, hak atas layanan berkualitas, peningkatan kepercayaan pada mitra bisnis, serta pembangunan kepercayaan dengan perusahaan yang profesional.
- 2) Bagi Karyawan yaitu peningkatan semangat kerja karyawan dan memunculkan rasa kepuasan dalam diri karyawan.
- 3) Bagi perusahaan yaitu peningkatan pendapatan perusahaan, peningkatan citra profesional perusahaan, dan jaminan kelangsungan usaha perusahaan.

3. Kepuasan Nasabah

3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan dijabarkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pada buku Manajemen Pemasaran didefinisikan sebagai respon emosional yang timbul pada seseorang setelah mengevaluasi kesesuaian antara kinerja

suatu produk dan kualitas layanan yang diterima dengan ekspektasinya (Indrasari, 2019).

Menurut Kotler (2005), menjelaskan bahwa kepuasan nasabah mencerminkan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi nasabah. Disisi lain, Boonlertvanich menegaskan kepuasan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumen jangka panjang. Nasabah yang puas cenderung menunjukkan sikap positif serta tetap menggunakan produk atau layanan di masa mendatang. Kepuasan yang berkelanjutan akan memperkuat komitmen dan membentuk loyalitas nasabah (Putera et al., 2021).

Secara konseptual, kepuasan nasabah muncul dari evaluasi komparatif antara layanan yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan, seperti biaya pembelian, serta ekspektasi awal. Sementara itu, secara operasional kepuasan dipahami sebagai sikap atau penilaian konsumen yang terbentuk berdasarkan berbagai atribut tertentu (Tjiptono, 2014).

Pada perspektif pemasaran Islam, kepuasan nasabah tidak terbatas pada kesesuaian kinerja produk dengan harapan material semata, melainkan juga mencakup dimensi spiritual. Tidak setiap produk yang menghadirkan kepuasan (utilitas) berisi masalah, yang akhirnya tidak semuanya layak dikonsumsi atau digunakan oleh umat Islam. Prinsip ini ditegaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi:

بَايْهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۚ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya:

"Wahai seluruh umat manusia! Makanlah makanan yang halal dan baik (thayyib) yang ada di bumi, dan

janganlah mengikuti jejak setan. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan kepuasan nasabah yakni respons dari nasabah atas segala hal yang diperolehnya, di mana harapan yang dimilikinya terpenuhi sesuai dengan keinginannya. Akibatnya, hal ini menimbulkan perasaan senang atau positif yang lebih kuat pada diri nasabah.

3.2 Faktor Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan bergantung pada anggapan nilai yang didapatkan ketika memanfaatkan layanan, terutama seberapa besar dapat mempermudah atas kebutuhan mereka. Nasabah akan terpuaskan jika harapan mereka terkait layanan tersebut terpenuhi sepenuhnya. Menurut Samiudin (2024), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1) Kualitas Produk

Kualitas produk yakni salah satu faktor yang berperan dalam menjaga keberlangsungan perusahaan sekaligus memperkuat daya saing. Pada layanan BYOND by BSI, kualitas produk berkontribusi dalam pembentukan kepuasan nasabah melalui kemampuan produk pada memenuhi harapan pengguna, terutama dari aspek fungsionalitas, keandalan, dan ketahanan. Produk yang mampu menghadirkan kinerja sesuai ekspektasi akan meningkatkan kepercayaan nasabah, yang selanjutnya mendorong terbentuknya loyalitas dan penggunaan layanan secara berkelanjutan.

2) Kualitas Jasa

Kualitas pelayanan yakni determinan penting pada pembentukan kepuasan pelanggan serta menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pengukuran

kualitas pelayanan umumnya menggunakan model SERVQUAL terdiri dari lima dimensi, yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Kepuasan pelanggan terbentuk ketika persepsi terhadap kinerja layanan sejalan dengan ekspektasi pada masing-masing dimensi tersebut.

3) Faktor Emosional

Kepuasan nasabah pada layanan BYOND by BSI didasari oleh nilai emosional, diantaranya *self-expressive value*, penampilan estetika, dan brand personality. *Self-expressive value* guna menampilkan identitas dirinya melalui layanan yang digunakan. Estetika yang diwujudkan melalui desain aplikasi memberikan pengalaman yang lebih menarik, sedangkan brand personality memperkuat hubungan emosional nasabah dengan merek. Ketiga faktor tersebut berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah.

4) Harga

Harga didefinisikan sebagai nilai finansial atau pertukaran setara dengan uang untuk memperoleh produk tertentu. Pada layanan BYOND by BSI, harga menjadi dasar penentu kepuasan nasabah. Nasabah cenderung puas ketika harga dirasakan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya, ketidakselarasan antara harga dan kualitas layanan dapat menekan tingkat kepuasan tersebut.

5) Biaya atau Kemudahan

Keterjangkauan biaya dan kemudahan yakni determinan yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Persepsi positif akan terbentuk apabila layanan dapat diakses melalui proses yang sederhana, efisien, serta didukung oleh biaya yang proporsional

dengan manfaat yang diterima. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada BYOND by BSI.

3.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Nilai kepuasan menunjukkan presentase kesesuaian antara persepsi nasabah terhadap kinerja layanan atau produk dengan ekspektasi yang dimiliki sebelum penggunaan. Tingkat kepuasan yang besar akan meningkatkan kecenderungan nasabah agar tetap menggunakan layanan dan membangun loyalitas. Menurut Tjiptono pada buku Chandra et al. (2020) kepuasan nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator antara lain:

1. Perasaan Puas

Ekspresi kepuasan atau ketidakpuasan yang muncul pada nasabah sebagai respons terhadap layanan yang diterima, terutama jika layanan tersebut dianggap baik dan didukung oleh produk berkualitas yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasinya.

2. Pembelian Ulang Produk

Kecenderungan nasabah untuk kembali membeli atau memanfaatkan suatu produk karena produk tersebut dinilai mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi yang dimiliki.

3. Merekomendasikan pada Orang Lain

Kecenderungan nasabah untuk memberikan rekomendasi kepada keluarga, teman, atau pihak lain setelah merasakan pengalaman positif dalam menggunakan produk atau layanan.

4. Tingkat Kesesuaian Harapan

Kesesuaian antara ekspektasi nasabah sebelum menggunakan produk atau layanan dengan kualitas yang dialami setelah penggunaan.

4. *Mobile banking*

4.1 Pengertian *Mobile banking*

Pandangan Ikatan Bankir Indonesia, *mobile banking* yakni salah satu saluran layanan perbankan elektronik (electronic banking) yang memungkinkan nasabah mengakses informasi rekening serta melakukan transaksi keuangan melalui perangkat bergerak, seperti smartphone atau tablet, yang terhubung melalui jaringan komunikasi bank. *Mobile banking* yakni layanan elektronik yang dikembangkan oleh bank agar nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan melalui perangkat seluler yang terhubung dengan jaringan operator. Dari beberapa definisi tersebut dapat dipahami bahwa *mobile banking* bertujuan mempermudah pelaksanaan transaksi keuangan secara efisien, sehingga nasabah dapat bertransaksi dari mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang (Atieq & Nurpiani, 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, Bank Syariah Indonesia (BSI) terus melakukan inovasi terhadap layanan *mobile banking*-nya. Pada awal operasionalnya setelah proses merger, BSI menggunakan aplikasi BSI Mobile sebagai layanan perbankan digital utama. Aplikasi tersebut menyediakan berbagai layanan transaksi keuangan, pembayaran, pembelian, serta layanan keislaman yang dapat diakses melalui perangkat seluler.

Sebagai bentuk pengembangan layanan digital, BSI kemudian meluncurkan BYOND by BSI pada 9 November 2024 sebagai generasi terbaru dari BSI Mobile. Berbeda dengan BSI Mobile yang berfokus pada layanan transaksi perbankan, BYOND by BSI hadir sebagai superapp yang mengintegrasikan layanan finansial, sosial, dan spiritual dalam satu aplikasi. Peluncuran BYOND by BSI merupakan bagian dari strategi transformasi digital

Bank Syariah Indonesia dalam menghadirkan layanan perbankan syariah yang lebih inovatif dan berorientasi pada kebutuhan nasabah. Kehadiran aplikasi ini sekaligus menjadi penyempurnaan dari BSI Mobile sehingga pengguna BSI Mobile secara bertahap diarahkan untuk bermigrasi ke BYOND by BSI sebagai platform layanan digital terbaru.

Tujuan pemanfaatan aplikasi *mobile banking* adalah untuk menyederhanakan transaksi bagi nasabah tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Melalui layanan ini, nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* untuk mengakses berbagai jenis transaksi seperti transfer dana, cek saldo, dan pembayaran tagihan (Yusmad, 2018).

4.2 Manfaat *Mobile banking*

Penerapan *mobile banking* pada perbankan syariah menghadirkan berbagai manfaat bagi nasabah. Pada Bank Syariah Indonesia, manfaat tersebut diwujudkan melalui aplikasi BYOND by BSI yang dilengkapi beragam fitur untuk mendukung kebutuhan transaksi dan aktivitas perbankan sehari-hari, di antaranya sebagai berikut:

- a. Kenyamanan dan fleksibilitas, Aspek kenyamanan dan fleksibilitas menjadi salah satu keunggulan utama layanan *mobile banking*. Nasabah bisa melakukan berbagai layanan perbankan selama 24 jam melalui perangkat bergerak tanpa dibatasi oleh lokasi, sehingga transaksi dapat dilakukan secara lebih efisien tanpa perlu mendatangi kantor cabang.
- b. Produktivitas Tinggi, *Mobile banking* menghadirkan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas nasabah dengan menyediakan layanan yang mudah diakses dan efisien. Tingkat penerimaan layanan ini dipengaruhi oleh persepsi akan manfaat yang tinggi dari fitur-fitur

yang disediakan, serta persepsi kemudahan berkat antarmuka aplikasi yang intuitif dan ramah pengguna.

- c. Keamanan Transaksi, *Mobile banking* menerapkan berbagai mekanisme keamanan untuk menjaga kerahasiaan data dan melindungi transaksi nasabah. Penerapan autentikasi biometrik serta sistem enkripsi modern membantu meminimalkan risiko penyalahgunaan akun dan meningkatkan kepercayaan pengguna.

4.3 Fitur-Fitur Layanan *Mobile banking* BYOND by BSI

a. Layanan Finansial

BYOND by BSI menawarkan beragam penawaran jasa yang mempermudah transaksi, termasuk transfer dana antar rekening BSI atau ke bank lain, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan paket data, serta pengisian saldo dompet digital untuk layanan seperti OVO, GoPay, dan LinkAja. Pengembangan ini memfasilitasi pembayaran nontunai melalui QRIS di merchant, pembukaan rekening baru, penyetoran dana, serta transaksi pegadaian dan cicilan emas melalui platform digital.

b. Layanan Sosial (ZISWAF)

Fitur ZISWAF pada BYOND by BSI menghadirkan kemudahan bagi nasabah dalam menyerahkan zakat, infak, sedekah, dan wakaf melalui aplikasi. Aplikasi ini juga menyediakan berbagai pilihan program donasi yang mendukung kegiatan sosial, sehingga proses berbagi kepada sesama dapat dilakukan secara mudah, aman, dan efisien.

c. Layanan Spiritual

Sebagai aplikasi perbankan syariah, BYOND by BSI menghadirkan fitur-fitur spiritual yang dapat membantu nasabah dalam menjalankan ibadah. Fitur

tersebut mencakup peringatan waktu salat, penentuan kiblat, informasi masjid terdekat, dan Juz 'Amma yang dapat diakses langsung melalui aplikasi.

d. Promo dan Keuntungan

BYOND by BSI memberikan program promosi untuk meningkatkan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital. Program tersebut mencakup cashback transaksi QRIS serta promo khusus pada hari tertentu, sehingga menghadirkan keuntungan tambahan bagi pengguna aplikasi.



B. Telaah Pustaka

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Nafisyah (2025), Pengaruh <i>Tangible</i> Dan <i>Reliability</i> Fasilitas <i>Mobile</i> <i>banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia.	Variabel Independen (X): <i>Tangible</i> (X_1), <i>Reliability</i> (X_2) Variabel Dependen (Y): Kepuasan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan 64 responden, teknik <i>probability</i> <i>sampling</i> , dan penelitian data menggunakan SPSS.	<i>Tangible</i> dan <i>reliability</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan pada variabel <i>tangible</i> , <i>reliability</i> dan meneliti tentang kepuasan nasabah. perbedaannya terdapat pada teknik <i>sampling</i> , jumlah dan kelengkapan variabel (<i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , <i>Empathy</i>).
2.	Yanti (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan	Variabel Bebas (X): <i>Tangible</i> (X_1), <i>Reliability</i> (X_2), <i>Responsiveness</i> (X_3), <i>Assurance</i>	Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 nasabah Bank Syariah Indonesia	Variabel <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah,	Persamaan pada metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel kepuasan

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Nasabah Bank Aceh Syariah (Kantor Pusat Operasional).	(X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel Terikat (Y): Kepuasan Nasabah	Cabang Samarinda yang ditentukan menggunakan rumus Slovin.	sedangkan <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> tidak berpengaruh.	nasabah (Y). Perbedaannya yakni objek dan konteks penelitian.
3.	Lutfiani et al. (2024), Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan <i>Mobile banking</i> : Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung.	Variabel Independen (X): Layanan <i>Mobile banking</i> (X ₁) Variabel Dependen (Y): Kepuasan Nasabah	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan bersifat asosiatif kausal dengan sampel 100 nasabah yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik <i>simple random sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>mobile banking</i> berpengaruh positif dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan pada metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel kepuasan nasabah (Y). Perbedaannya pada variabel dan model penelitian.
4.	Palupi Permata Rahmi et al.	Variabel Independen(X):	Pendekatan kuantitatif deskriptif	Variabel <i>Tangible</i> dan <i>Responsiveness</i>	Persamaan pada metode analisis dengan

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	(2023), Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA.	<i>Tangible</i> (X_1), <i>Reliability</i> (X_2), <i>Responsiveness</i> (X_3), <i>Assurance</i> (X_4), <i>Empathy</i> (X_5) Variabel Dependen (Y): Kepuasan Nasabah	dengan sampel 50 nasabah Bank BCA yang dipilih menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> . Penelitian data menggunakan bantuan aplikasi SPSS.	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan <i>Empathy</i> , <i>Reliability</i> , dan <i>Assurance</i> tidak berpengaruh.	menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel kepuasan nasabah (Y). Perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan teknik studi kepustakaan sedangkan penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data.

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
5.	Saina et al. (2026), Analisis Kualitas Layanan Aplikasi <i>Mobile banking</i> Bank NTT Menggunakan Metode Servqual Di Unit Kantor Fungsional Universitas Flores.	Variabel (X): <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Reliability</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Assurance</i> (X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel (Y): Kepuasan Nasabah	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan 80 responden serta dianalisis menggunakan metode <i>SERVQUAL</i> .	Seluruh dimensi kualitas layanan yaitu <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan penelitian terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif dan meneliti tentang kepuasan nasabah. Perbedaannya pada objek penelitian.
6.	Sinollah & Masruroh (2019), Pengaruh layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang	Variabel Independen (X): Layanan <i>Mobile banking</i> (X ₁) Variabel Dependen (Y): Kepuasan	Pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik <i>random sampling</i> yang melibatkan 80 responden.	Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah, dan terjadi hubungan yang positif atau sejalan	Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel kepuasan nasabah dan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Binjai.	nasabah		antara layanan <i>mobile banking</i> .	
7.	Lestari et al. (2024), Analisis Kualitas Layanan Aplikasi BNI <i>Mobile banking</i> Dengan Menggunakan Metode <i>Servqual</i> .	Variabel bebas (X): <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Reliability</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Assurance</i> (X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel terikat (Y): Kepuasan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode <i>SERVQUAL</i> dan regresi linear berganda serta bantuan SPSS.	Variabel <i>tangible</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan <i>reliability</i> dan <i>responsiveness</i> tidak berpengaruh signifikan.	Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel kepuasan nasabah dan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian.
8.	Setiawan (2025), Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia	Variabel bebas (X): <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Reliability</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Assurance</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang dianalisis menggunakan metode Partial Least	Variabel <i>compliance</i> , <i>assurance</i> , <i>reliability</i> , <i>tangible</i> , dan <i>empathy</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan	menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel kepuasan nasabah (Y). Perbedaan terletak pada metode penentuan

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	(Studi : PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Bekasi).	(X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel terikat (Y): Kepuasan Nasabah	Square (PLS).	<i>responsiveness</i> berpengaruh negatif.	sampel.
9.	Rahadian et al. (2024), Analisa kualitas pelayanan menggunakan metode <i>Service Quality</i> dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Study kasus : Bank Mandiri).	Variabel (X): <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Reliability</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Assurance</i> (X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel (Y): Kepuasan Nasabah	Pendekatan kuantitatif dengan metode <i>SERVQUAL</i> dengan 50 responden. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan SPSS	Seluruh dimensi <i>SERVQUAL</i> memiliki nilai gap positif, yang mengindikasikan kualitas layanan Bank Mandiri Cabang Bekasi Juanda telah memenuhi harapan nasabah.	Persamaan pada metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan variabel kepuasan nasabah (Y). Perbedaan terletak pada teknik analisis data, yaitu analisis gap.
10.	Prihatiningrum & Zuraidah (2022), Analisa Kualitas Layanan Aplikasi <i>Mobile banking</i>	Variabel (X): <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Reliability</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Assurance</i>	Memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Data	Seluruh dimensi <i>SERVQUAL</i> memiliki nilai gap negatif, kualitas layanan yang diterima masih belum	Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel kepuasan nasabah dan

No	Peneliti/judul/tahun	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode <i>Servqual</i> .	(X ₄), <i>Empathy</i> (X ₅) Variabel (Y): Kepuasan Nasabah	dikumpulkan melalui kuesioner dengan sampel 98 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin.	sesuai harapan pengguna. Dimensi <i>assurance</i> mendapat kinerja paling baik dengan nilai gap terkecil, sedangkan <i>empathy</i> memiliki nilai gap terbesar sehingga perlu menjadi prioritas utama pada perbaikan layanan.	pendekatan kuantitatif. Perbedaanya terletak pada objek penelitian.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menyatakan seluruh dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian lainnya menemukan hanya dimensi tertentu yang berpengaruh. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh dimensi kualitas layanan dapat bervariasi bergantung pada karakteristik aplikasi dan responden penelitian.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aplikasi *mobile banking* generasi sebelumnya atau pada kualitas layanan perbankan secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji aplikasi BYOND by BSI masih sangat terbatas. Di sisi lain, belum banyak penelitian yang menjadikan Generasi Z sebagai fokus responden, padahal kelompok ini merupakan pengguna utama layanan perbankan digital.

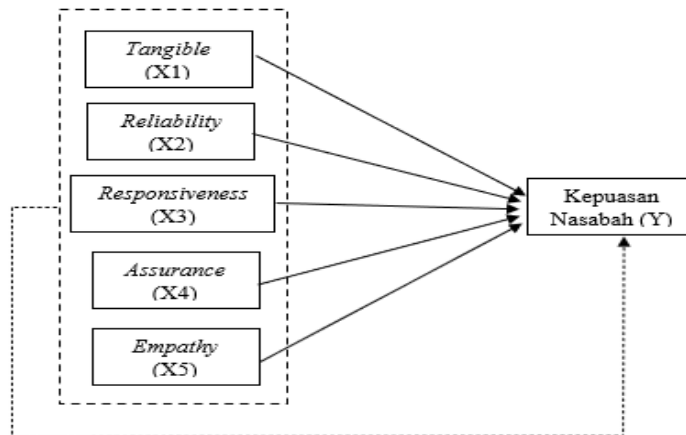
Penelitian ini memiliki kebaruan pada objek dan responden penelitian, yaitu mengkaji pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah Generasi Z pengguna BYOND by BSI di Kabupaten Pekalongan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah sekaligus memperkaya kajian mengenai kualitas layanan perbankan digital syariah.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka ini yakni gambaran sistematis mengenai hubungan di antara variabel-variabel penelitian, yang disusun berdasarkan teori-teori yang relevan, studi-studi sebelumnya, dan alur pemikiran peneliti. Kerangka ini berfungsi sebagai landasan untuk merancang proses penelitian, menyusun hipotesis, dan mengarahkan analisis data. Kerangka konseptual berperan sebagai panduan yang menjelaskan mekanisme dan alasan di balik pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya.

Untuk memudahkan pembaca memahami hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), peneliti menyajikan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Susunan Kerangka Berpikir



Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Kerangka berpikir diatas menggambarkan hubungan antarvariabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang memengaruhi variabel dependen (terikat), baik memberikan pengaruh positif maupun negatif. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empathy* (X5). Sementara itu, variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh perubahan atau pengaruh dari variabel-variabel independen tersebut.

D. Hipotesis

Sebagai tahap ketiga dalam penelitian, Sugiyono (2019) mengartikan hipotesis sebagai proposisi sementara yang mengasumsikan adanya hubungan antara dua atau lebih variabel. Secara fungsional, hipotesis memberikan jawaban awal terhadap rumusan masalah penelitian. Meskipun

pembentukannya didasarkan pada teori yang relevan, hipotesis ini belum merupakan fakta empiris yang telah diuji di lapangan. Berikut hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini:

1. Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap Kepuasan Nasabah

Bukti fisik yakni peran bank dalam menunjukkan keberadaannya melalui tampilan langsung, sarana prasarana dan bukti nyata layanan yang akan berikan. Pada aplikasi *mobile banking*, *tangible* bisa dipahami sebagai bentuk representasi dan visual dari tampilan dan desain aplikasi itu sendiri (Wibowati, 2020). Berdasarkan teori SERVQUAL, *tangible* merupakan salah satu dimensi utama yang digunakan untuk menilai kualitas layanan. Dimensi ini menggambarkan segala bentuk bukti fisik yang dapat diamati dan dirasakan langsung oleh pelanggan ketika menggunakan suatu layanan. Semakin baik tampilan fisik dan fasilitas pendukung yang diberikan, semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Persepsi kualitas layanan yang positif tersebut akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang digunakan. Hal ini selaras dengan analisis Nafisyah (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel *tangible* dengan kepuasan nasabah. Dari uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan yakni sebagai berikut :

H1: *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI.

2. Pengaruh *Reliability* (Kehandalan) terhadap Kepuasan Nasabah

Kehandalan (*Reliability*) yakni kecakapan bank untuk menyediakan layanan yang sesuai pada standar keakuratan di situs web, ketepatan waktu, serta keandalan

yang tinggi sehingga mampu memuaskan nasabah. Aspek ini menjadi komponen penting pada kualitas pelayanan karena berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam penggunaan *mobile banking* yang dituntut praktis, akurat, serta dapat diakses kapan saja dan di berbagai lokasi (Harahap, 2020). Berdasarkan teori SERVQUAL, *reliability* merupakan dimensi utama yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan janji secara tepat dan dapat diandalkan. Semakin tinggi tingkat keandalan layanan yang dirasakan nasabah, semakin baik persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persepsi kualitas layanan yang positif tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan. Hal ini didukung oleh penelitian Yanti (2023) yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara keandalan terhadap kepuasan nasabah yang sekaligus mempengaruhi upaya untuk meningkatkan kualitas. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dapat diajukan yakni :

H2: *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BYOND by BSI.

3. Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah

Daya tanggap (*Responsiveness*) didefinisikan sebagai kesiapan dan kemampuan untuk menanggapi serta membantu pelanggan dalam menyelesaikan masalah tanpa membedakan sekaligus memberikan

layanan yang cepat. *Responsiveness* juga dapat dipahami sebagai keefektifan sebuah situs dalam menyelesaikan masalah atau tantangan pada pengoperasian aplikasi *mobile banking* (Winarno & Absor, 2018). Menurut Zeithaml et al. (1988) dalam teori SERVQUAL, *responsiveness* menunjukkan kesediaan

perusahaan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan membantu pelanggan ketika menghadapi kesulitan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap yang dirasakan nasabah, semakin baik persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persepsi kualitas layanan yang positif tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan. Temuan ini didukung oleh penelitian Palupi Permata Rahmi et al. (2023) dimana variabel *responsiveness* menunjukkan nilai signifikan, menandakan bahwa penelitian tersebut berhasil menunjukkan pengaruh yang signifikan dari responsivitas terhadap tingkat kepuasan nasabah. Dari uraian tersebut, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:
 H3: *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BYOND by BSI.

4. Pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah

Jaminan (*Assurance*) merujuk pada kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah melalui penyediaan informasi yang akurat dan jaminan keamanan pada penggunaan layanan, sehingga menumbuhkan keyakinan nasabah terhadap bank. Indikator yang dievaluasi pada dimensi ini yakni keramahan, keterampilan, dan kecerdasan dalam mengatasi pertanyaan nasabah, serta upaya menjaga kepercayaan nasabah (Harahap, 2020). Pada SERVQUAL Theory, dimensi *assurance* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan melalui pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman selama proses pelayanan. Semakin tinggi tingkat jaminan yang dirasakan nasabah, semakin baik persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persepsi kualitas layanan yang

positif tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah. Pandangan ini didukung oleh penelitian Setiawan (2025) yang menemukan adanya pengaruh signifikan dari *Assurance* pada kepuasan nasabah. Mengacu uraian diatas ditetapkan hipotesis yakni:

H4: *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BYOND by BSI.

5. Pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap Kepuasan Nasabah

Empathy (Empati) didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami kebutuhan nasabah, menjalin komunikasi dan hubungan yang baik serta menunjukkan kepedulian dengan memudahkan proses transaksi bagi nasabah (Jiwantara et al., 2012). Pada SERVQUAL Theory, *empathy* mencerminkan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan setiap pelanggan secara individual. Semakin tinggi tingkat empati yang dirasakan nasabah, semakin baik persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Persepsi kualitas layanan yang positif tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah. Temuan ini selaras pada Lestari et al. (2024) menyatakan bahwa variabel empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis yang dirumuskan yakni:

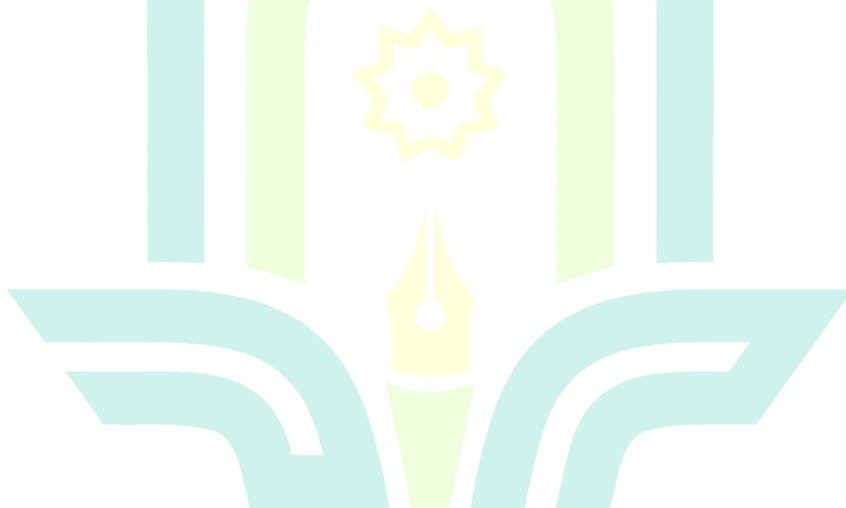
H5: *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BYOND by BSI.

6. Pengaruh *Tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah

Menurut Zeithaml et al. (1988), kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap keunggulan layanan yang diberikan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy*. Semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan pada kelima dimensi tersebut,

semakin tinggi tingkat kepuasan yang akan diperoleh. Pendapat tersebut juga didukung oleh Tjiptono (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena layanan yang berkualitas mampu memberikan nilai dan pengalaman yang positif bagi pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahadian et al. (2024) yakni layanan *mobile banking* secara keseluruhan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Dari penjelasan di atas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

H6: *Tangible, reliability, assurance, responsiveness* dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BYOND by BSI



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih (Wahyuni & Rindrayani, 2025). Pada penelitian ini, peneliti berupaya mengkaji keterikatan antara variabel bebas (*Tangible, reliability, assurance, responsiveness* dan *empathy*) pada variabel terikat (Kepuasan nasabah).

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang berfokus pada pengambilan data melalui kuesioner dan disusun serta dianalisis secara statistik guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, penelitian kuantitatif diawali dengan perumusan hipotesis, kemudian dilakukan pengujian menggunakan data yang diperoleh, hingga akhirnya ditarik kesimpulan apakah hipotesis tersebut didukung oleh data empiris (Waruwu et al., 2025).

C. Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Pekalongan, khususnya generasi Z yang aktif menggunakan aplikasi BYOND by BSI sebagai layanan *mobile banking*. Pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Mei 2026 hingga seluruh tahapan penelitian selesai. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarikan kepada responden yang memenuhi kriteria terkait usia dan pengalaman dalam menggunakan aplikasi tersebut.

D. Populasi dan Sampel

Populasi yakni objek penelitian baik yang bersifat konkret maupun abstrak yang memiliki karakteristik tertentu sehingga bisa dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, populasi mencakup Generasi Z yakni nasabah aktif atau pernah menggunakan layanan BYOND by BSI di Kabupaten Pekalongan.

Sampel yakni bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan dan menjadi sumber informasi penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan probabilitas yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih. Penentuan responden dilakukan dengan metode purposive sampling, yakni berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang digunakan yakni:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BYOND by BSI.
2. Responden yakni Gen Z, yang berusia 17-29 tahun.
3. Berdomisili di Kabupaten Pekalongan.

Menurut Sugiyono (2019) rumus Cochran digunakan untuk menetapkan ukuran sampel pada populasi dengan jumlah yang tidak diketahui, maka penentuan sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Cochran yakni:

$$n = \frac{Z^2 p q}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel penelitian atau derajat keyakinan ditentukan 95% maka nilai Z=1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

d = Margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%)

hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari penerapan rumus tersebut, diperoleh ukuran sampel sebanyak 96,04 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk keperluan penelitian ini.

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian mengacu pada atribut, karakteristik, atau nilai-nilai individu, obyek atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu, yang diidentifikasi oleh peneliti untuk diteliti guna memperoleh informasi dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang perlu dianalisis yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019). Variabel bebas pada penelitian ini meliputi *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5).

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan BYOND by BSI (Y)..

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
----------	----------------------	-----------	------------

<i>Tangible</i>	Bukti fisik yaitu bukti nyata pada layanan yang akan diberikan oleh bank kepada pihak nasabah berupa tampilan fisik, ketersediaan fasilitas, dukungan teknologi serta sarana komunikasi (Tjiptono & Diana, 2018).	1. Kejelasan fitur aplikasi 2. Kenyamanan tampilan visual 3. Kejelasan tampilan login 4. Daya tarik dan profesionalitas desain	Likert
<i>Reliability</i>	Kehandalan merupakan kecakapan bank dalam menyediakan layanan yang konsisten, akurat, dan tepat waktu kepada nasabah (Tjiptono & Diana, 2018).	1. Ketersediaan layanan 2. Keandalan layanan 3. Stabilitas akses aplikasi 4. Konsistensi kinerja aplikasi	Likert
<i>Responsiveness</i>	Daya tanggap yakni kemampuan perusahaan dalam merespons dan membantu nasabah secara cepat, tepat, dan sigap menangani kebutuhan maupun keluhan (Tjiptono & Diana, 2018).	1. Kecepatan menanggapi keluhan 2. Kesiapan membantu nasabah 3. Kecepatan pemberian informasi 4. Ketanggapan dalam penyelesaian masalah	Likert
<i>Assurance</i>	Jaminan yakni kemampuan dalam menunjukkan pengetahuan, kompetensi, kesopanan,	1. Keamanan transaksi 2. Kerahasiaan data nasabah 3. Perlindungan data	Likert

	dan menumbuhkan kepercayaan dalam hal informasi, keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan bank (Tjiptono & Diana, 2018).	nasabah 4. Kompetensi petugas layanan 5. Kepercayaan terhadap sistem keamanan	
<i>Empathy</i>	Empati merupakan kemampuan dalam menunjukkan kepedulian, memahami kebutuhan nasabah, menjalin komunikasi dan hubungan yang baik, serta memberikan kemudahan dalam proses transaksi (Tjiptono & Diana, 2018).	1. Kesesuaian layanan dengan kebutuhan nasabah 2. Perhatian terhadap kebutuhan nasabah 3. Kemudahan komunikasi dengan bank 4. Pemberian solusi sesuai kebutuhan nasabah	Likert
Kepuasan Nasabah	Kepuasan yakni perasaan senang atau kecewa yang timbul pada diri seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan apa yang diharapkan (Kotler & Keller, 2005).	1. Kepuasan penggunaan layanan 2. Niat menggunakan kembali layanan 3. Kesiediaan merekomendasikan layanan 4. Kesesuaian layanan dengan harapan	Likert

Sumber: Data sekunder diolah dari berbagai sumber

F. Sumber Data

Data yang diperlukan pada penelitian ini didapatkan melalui instrumen berupa kuesioner yang diberikan kepada nasabah pengguna layanan *mobile banking* BYOND by BSI.

Pada pengumpulannya diperlukan beberapa sumber diantaranya:

1. Data Primer

Data primer yakni data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya atau dikumpulkan oleh peneliti dari responden menggunakan instrumen seperti kuesioner (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, kuesioner diisi secara daring berdasar pada Google Form guna mengumpulkan informasi kepuasan para nasabah. Data primer berasal dari responden yang terdiri dari nasabah BSI Generasi Z di Kabupaten Pekalongan, termasuk mereka yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Informasi dari responden ini kemudian dianalisis untuk mempermudah pemahaman mengenai pola penggunaan atau pengambilan keputusan mereka terkait aplikasi BYOND by BSI.

2. Data Sekunder

Yakni data yang diperoleh tidak secara langsung dari objek penelitian, melainkan berasal dari berbagai sumber yang telah tersedia, seperti hasil studi kepustakaan dan penelitian terdahulu (Sugiyono, 2019). Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini diperoleh dari buku, internet, hasil analisis sebelumnya dalam bentuk jurnal, laporan, serta literatur pendukung lain yang relevan dengan topik analisis.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini yakni prosedur untuk memperoleh dan mengelola data dari responden. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner atau angket (Sugiyono, 2019). Kuesioner yakni mekanisme pengumpulan data yang efisien ketika studi bersifat deskriptif. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert. Penggunaan skala ini untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat

seseorang mengenai suatu fenomena. Adapun skala yang digunakan yakni sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Keterangan	Skala
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Metode Analisis Data

Analisis data yakni proses sistematis dalam mengidentifikasi dan mengolah informasi berdasarkan variabel yang diperoleh melalui sumber data. Data kemudian dikelompokkan berdasarkan masing-masing variabel penelitian, disajikan dalam format yang relevan, dan dianalisis lebih lanjut melalui perhitungan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Pada penelitian kuantitatif, teknik analisis data telah didefinisikan dengan jelas, khususnya yang melibatkan penerapan metode statistik. Pengolahan data dengan uji regresi linier berganda memanfaatkan software SPSS versi 27 Teknik tersebut meliputi:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Yakni pengukuran ketetapan instrumen kuesioner yang digunakan untuk menilai keakuratan sejumlah pertanyaan dalam kuesioner penelitian (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Yaitu uji yang digunakan untuk menilai tingkat keandalan atau reliabilitas pernyataan dalam kuesioner. Suatu pernyataan dianggap reliabel jika hasil pengukuran ulang tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sementara itu, suatu variabel atau

konstruk dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) > 0.60 (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Yakni bagian dari proses pengujian asumsi klasik, dengan maksud menentukan apakah data variabel independen dan dependen mengikuti distribusi normal. Pada analisis regresi, Kedua variabel tersebut diuji menggunakan metode Kolmogorov Smirnov guna menilai pola sebaran data. Hasil uji ditentukan berdasarkan nilai signifikansi, yakni nilai sig. $< 0,05$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sedangkan nilai sig. $\geq 0,05$ menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Ferryanda & Rosyid, 2023).

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali sebagaimana dikutip pada Ferryanda (2023), uji multikolinieritas bertujuan mendeteksi adanya korelasi atau hubungan antar variabel X pada bentuk regresi. Uji ini dilakukan menetapkan angka Variance Inflation Factor (VIF) untuk menentukan apakah variabel bebas saling berkaitan sehingga menyebabkan multikolinieritas sebelum analisis regresi lanjutan dilakukan. Sebuah model regresi dianggap menunjukkan multikolinearitas jika nilai tolerance $< 0,1$ atau nilai VIF > 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Yakni salah satu komponen dari uji asumsi klasik yang dimaksudkan untuk menilai apakah terdapat perbedaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Dalam penelitian ini, metode Glejser diterapkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada model yang diuji. Model

dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika nilai sig. $> 0,05$. Namun, jika nilai sig. $< 0,05$, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas (Ferryanda & Rosyid, 2023).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Yakni teknik analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen.. Rumus persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

α = Nilai Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = *Tangible*

X_2 = *Reliability*

X_3 = *Responsiveness*

X_4 = *Assurance*

X_5 = *Empathy*

ε = Standar Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2013), uji t pada dasarnya digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh parsial suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan pada tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). kriteria pengambilan keputusan uji t, adalah jika nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Maka variabel independen (X) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) (Kusumo & Yuyetta, 2018).

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013), uji F dirancang untuk menentukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersamaan atau simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan ketentuan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka hipotesis diterima (Kusumo & Yuyetta, 2018).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi (R^2) berfungsi sebagai indikator yang menunjukkan sejauh mana model menjelaskan variasi pada variabel terikat. Koefisien ini berkisar antara 0 hingga satu (1). Apabila nilai R^2 rendah, berarti variabel independen hanya dapat menjelaskan sebagian kecil dari variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu (1) mengindikasikan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Kusumo & Yuyetta, 2018)

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Penelitian Profil Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang mulai beroperasi secara resmi pada 1 Februari 2021. BSI terbentuk melalui proses penggabungan (merger) tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah. Merger tersebut bertujuan untuk memperkuat daya saing industri perbankan syariah nasional, baik di tingkat domestik maupun internasional. Sebagai lembaga perbankan yang menerapkan prinsip syariah, BSI menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan, seperti penghimpunan dana, pembiayaan, investasi, layanan haji dan umrah, serta layanan perbankan digital yang terus dikembangkan mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Dalam penelitian ini, layanan digital yang menjadi fokus kajian adalah aplikasi BYOND by BSI sebagai bagian dari upaya transformasi digital yang dilakukan oleh perusahaan.

Sebagai bentuk komitmen BSI dalam meningkatkan kualitas layanan digital diwujudkan melalui peluncuran aplikasi BYOND by BSI pada tanggal 9 November 2024 sebagai pengembangan dari BSI Mobile. Dalam waktu dua bulan setelah peluncurannya, sekitar 85,7% atau 3,5 juta pengguna BSI Mobile telah beralih ke aplikasi BYOND by BSI (PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2024). Selanjutnya, berdasarkan data resmi Bank Syariah Indonesia, hingga Desember 2025 jumlah pengguna BYOND by BSI telah mencapai sekitar 6 juta pengguna atau tumbuh sebesar 197% (year on year) sejak diluncurkan, dan BSI menargetkan

jumlah pengguna *mobile banking* melebihi 10 juta pengguna pada tahun 2026 (ANTARA News, 2026). Peningkatan tersebut menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap layanan digital BSI serta menjadi alasan dipilihnya BYOND by BSI sebagai objek dalam penelitian mengenai pengaruh dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah pengguna Generasi Z di Kabupaten Pekalongan.

2. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh dimensi SERVQUAL, yang terdiri atas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah ditetapkan sebagai sampel penelitian berdasarkan teknik pengambilan sampel yang digunakan.

Kuesioner penelitian dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama memuat informasi mengenai karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lama penggunaan aplikasi BYOND by BSI. Selanjutnya, bagian kedua berisi daftar pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian, yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5), dan kepuasan nasabah (Y). Jumlah pernyataan kuesioner didalam penelitian ini terdiri dari empat pernyataan untuk mengukur variabel *tangible*, empat pernyataan untuk variabel *reliability*, empat pernyataan untuk variabel *responsiveness*, lima pernyataan untuk variabel *assurance*, empat pernyataan untuk variabel *empathy*, dan empat pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah.

3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

a. Karakteristik Responden

Sebanyak 100 nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi BYOND by BSI dilibatkan sebagai responden pada penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan google Form selama bulan Mei hingga Juni 2026. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah terhadap layanan BYOND by BSI, dengan mempertimbangkan karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, tempat tinggal, dan lamanya penggunaan aplikasi.

Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Persentase	Jumlah
1	Laki-Laki	12%	12
2	Perempuan	88%	88
3	Total	100%	100

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026.

Dari tabel 4.1 di atas, menunjukkan data responden berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 12 responden (12%) adalah laki-laki, sedangkan mayoritas responden, yaitu 88 orang (88%), adalah perempuan. Dapat dikatakan bahwa proporsi responden perempuan yang berpartisipasi pada survei ini lebih besar dari responden laki-laki. Akumulasi persentase menunjukkan bahwa seluruh responden telah terdata dengan lengkap, dengan total 100%.

Tabel 4. 2 Berdasarkan Usia Responden

No	Usia	Persentase	Jumlah
1	17-20 Tahun	8%	8
2	21-25 Tahun	91%	91
3	26-29 Tahun	1%	1

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

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026.

Karakteristik responden berdasarkan usia memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang 21–25 tahun, yaitu sebanyak 91 orang (91%). Sementara itu, 8 responden (8%) tercakup dalam rentang usia 17–20 tahun, dan 1 responden (1%) tercakup dalam rentang usia 26–29 tahun. Dengan demikian, kelompok usia 21–25 tahun mendominasi dalam penelitian ini. Hal ini juga dapat mencerminkan karakteristik populasi target penelitian, seperti Gen Z yang aktif memanfaatkan layanan digital, terutama aplikasi BYOND by BSI.

Tabel 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Persentase	Jumlah
1	Pelajar/mahasiswa	84%	84
2	Pegawai negeri	1%	1
3	Pegawai swasta	13%	13
4	Wirausaha	1%	1
5	Lainnya	1%	1
	Total	100%	100

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, dengan jumlah 84 responden atau 84% dari keseluruhan responden. Sementara itu, responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah sebanyak 13 responden (13%). Sedangkan pegawai negeri, wirausaha, dan profesi lainnya masing-masing terdiri atas 1 responden (1%). Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna BYOND by BSI yang

menjadi responden penelitian didominasi oleh kalangan pelajar/mahasiswa sebesar 84%.

Tabel 4. 4 Berdasarkan Alamat Domisili

No	Alamat	Persentase	Jumlah
1	Bojong	16%	16
2	Buaran	8%	8
3	Doro	2%	2
4	Kajen	15%	15
5	Kandangserang	0%	0
6	Karanganyar	6%	6
7	Karangdadap	3%	3
8	Kedungwuni	9%	9
9	Kesesi	5%	5
10	Lebakbarang	0%	0
11	Paninggaran	0%	0
12	Petungkriyono	2%	2
13	Siwalan	2%	2
14	Sragi	6%	6
15	Talun	0%	0
16	Tirto	4%	4
17	Wiradesa	18%	18
18	Wonokerto	0%	0
19	Wonopringgo	4%	4
	Total	100%	100

Sumber : Data Primer diolah,SPSS 2026.

Berdasarkan data sebaran alamat responden, dari keseluruhan 100 responden, sebagian besar berasal dari Kecamatan Wiradesa sebanyak 18 orang (18%), diikuti Kecamatan Bojong sebanyak 16 orang (16%) dan Kecamatan Kajen sebanyak 15 orang (15%). Selanjutnya, responden yang berasal dari Kecamatan Kedungwuni berjumlah 9 orang (9%), Kecamatan Buaran sebanyak 8 orang (8%), serta Kecamatan Karanganyar dan Sragi masing-masing sebanyak 6 orang (6%). Responden dari Kecamatan Kesesi berjumlah 5 orang (5%), Kecamatan Tirto dan Wonopringgo masing-masing sebanyak 4 orang (4%), Kecamatan Karangdadap sebanyak 3 orang (3%), serta Kecamatan Doro, Petungkriyono, dan Siwalan masing-masing sebanyak 2 orang (2%). Sementara itu, tidak terdapat responden yang berasal dari Kecamatan Kandangserang, Lebakbarang, Paninggaran, Talun, dan Wonokerto (0%).

Tabel 4. 5 Berdasarkan Lama Penggunaan Layanan
Mobile banking

No	Lama Penggunaan Layanan <i>Mobile banking</i>	Persentase	Jumlah
1	< 1 Tahun	21%	21
2	1-2 Tahun	58%	58
3	3-4 Tahun	16%	16
4	> 4 Tahun	5%	5
	Total	100%	100

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026.

Berdasarkan data karakteristik responden menurut lama penggunaan layanan *mobile banking* BSI, diketahui bahwa sebanyak 21 responden (21%) menggunakan layanan kurang dari 1 tahun dan 58 responden (58%) menggunakan layanan 1–2 tahun. Sementara itu, 16 responden (16%) menggunakan layanan selama 3-4 tahun dan 5 responden (5%)

menggunakan lebih dari 4 tahun. Dengan demikian, mayoritas responden telah menggunakan layanan *mobile banking* BSI selama 1–2 tahun.

Perlu dijelaskan bahwa lama penggunaan yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan total masa penggunaan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia, yaitu sejak responden menggunakan aplikasi BSI Mobile hingga bermigrasi ke aplikasi BYOND by BSI. Penjelasan ini diberikan karena aplikasi BYOND by BSI baru resmi diluncurkan pada 9 November 2024 sebagai pengembangan dari BSI Mobile, sehingga kategori penggunaan selama 3–4 tahun maupun lebih dari 4 tahun mengacu pada akumulasi masa penggunaan layanan *mobile banking* BSI secara keseluruhan, bukan masa penggunaan aplikasi BYOND by BSI saja.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian validitas menetapkan apakah sebuah kuesioner sesuai ketika pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut secara tepat menunjukkan apa yang ingin dinilai. Dengan membandingkan peringkat item dengan total, korelasi momen produk digunakan untuk menilai validitas. Studi ini menggunakan SPSS 27 dan 100 responden pada tingkat signifikansi 5%.

Untuk menentukan angka r tabel dengan $n = 100$, dengan tingkat sign 5% ($\alpha = 0,05$) untuk uji dua sisi, dapat merujuk pada tabel distribusi r Product Moment Pearson, maka dapat dirumuskan ($df = n - 2$), sehingga diperoleh ($df = 100 - 2 = 98$). Berdasarkan tabel distribusi r person untuk $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ (dua sisi) adalah dengan nilai r tabel = 0,1966.

- Suatu item pernyataan dinyatakan valid jika besaran signifikan $< 0,05$ atau r hitung $> r$ tabel (0,1966).
- Suatu item pernyataan dinyatakan tidak valid jika besaran signifikan $> 0,05$ atau r hitung $< r$ tabel (0,1966).

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R tabel	R hitung	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1)	X1.1	0,1966	0,806	Valid
	X1.2	0,1966	0,763	Valid
	X1.3	0,1966	0,742	Valid
	X1.4	0,1966	0,772	Valid
<i>Reliability</i> (X2)	X2.1	0,1966	0,794	Valid
	X2.2	0,1966	0,850	Valid
	X2.3	0,1966	0,940	Valid
	X2.4	0,1966	0,757	Valid
<i>Responsiveness</i> (X3)	X3.1	0,1966	0,795	Valid
	X3.2	0,1966	0,701	Valid
	X3.3	0,1966	0,783	Valid
	X3.4	0,1966	0,785	Valid
<i>Assurance</i> (X4)	X4.1	0,1966	0,743	Valid
	X4.2	0,1966	0,636	Valid
	X4.3	0,1966	0,736	Valid
	X4.4	0,1966	0,770	Valid
	X4.5	0,1966	0,809	Valid
<i>Empathy</i> (X5)	X5.1	0,1966	0,631	Valid
	X5.2	0,1966	0,766	Valid
	X5.3	0,1966	0,802	Valid
	X5.4	0,1966	0,809	Valid
Kepuasan Nasabah(Y)	Y.1	0,1966	0,803	Valid
	Y.2	0,1966	0,824	Valid

	Y.3	0,1966	0,842	Valid
	Y.4	0,1966	0,790	Valid

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas bahwa seluruh indikator dalam variabel penelitian memiliki nilai sebesar 0,1966 dan seluruh pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, semua item dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, serta kepuasan nasabah.

b. Uji Reliabilitas

Merupakan salah satu pengujian instrumen yang bertujuan untuk menilai konsistensi internal suatu kuesioner dalam mengukur variabel penelitian. Konsistensi tersebut tercermin dari keseragaman jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Tingkat reliabilitas diukur berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha (α) > 0.60 (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
<i>Tangible</i> (X1)	0,770	Reliabel
<i>Reliability</i> (X2)	0,850	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,764	Reliabel
<i>Assurance</i> (X4)	0,792	Reliabel
<i>Empathy</i> (X5)	0,746	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,831	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji reliabilitas yang diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai lebih dari 0,60. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap variabel telah memenuhi kriteria reliabilitas. Oleh karena itu, instrumen penelitian dinilai memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur masing-masing variabel, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Melalui mekanisme ini, dapat diketahui apakah residual dan variabel intervening pada bentuk regresi memiliki pola distribusi baik. Uji Kolmogorov-Smirnov dipakai sebagai penentu apakah residual terdistribusi secara teratur. Apabila besaran angka Asymp signifikan lebih dari 0,05, distribusi data dianggap normal, namun jika angka sign signifikan $< 0,05$, maka tidak tersebar baik (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 8 Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,64579324
Most Extreme Differences	Absolute	0,081
	Positive	0,081
	Negative	-0,063

Test Statistic	0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,103
a. Test distribution is Normal.	0,102
b. Calculated from data.	0,095
c. Lilliefors Significance Correction.	0,110

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Hasil uji normalitas pada tabel diatas menyatakan bahwa nilai signifikansi nya dilihat dari asymp sig (2-tailed) yaitu sebesar 0,103. Hasil signifikansi tersebut menunjukan $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan menganalisis hubungan antar variabel bebas yang digunakan pada model regresi. Model regresi dinilai terbebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai nilai VIF < 10 dan angka tolerance-nya $> 0,10$. Hasil uji multikolinearitas yakni:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Tangible</i>	0.374	2.671
	<i>Reliability</i>	0.570	1.754
	<i>Responsiveness</i>	0.421	2.376
	<i>Assurance</i>	0.443	2.256
	<i>Empathy</i>	0.289	3.459
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah			

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.9, seluruh variabel independen telah memenuhi kriteria uji, yaitu memiliki nilai Tolerance yang melebihi 0,10 serta nilai VIF yang berada di bawah 10. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, model regresi dapat dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan di antaravariabel independen tidak cukup tinggi untuk memengaruhi stabilitas estimasi koefisien regresi, sehingga model tersebut dapat digunakan sebagai penelitian tambahan tanpa terdistorsi oleh multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Glejser. Model regresi dinyatakan memenuhi asumsi homoskedastisitas apabila nilai signifikansi melebihi 0,05 maka model dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas (Ferryanda & Rosyid, 2023).

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.704	.940		2.877	.005
	<i>Tangible</i>	-.023	.073	-.052	-.318	.751

<i>Reliability</i>	.000	.048	-.001	-.005	.996
<i>Responsiveness</i>	-.139	.070	-.304	-1.987	.050
<i>Assurance</i>	-.073	0.61	-.178	-1.198	.234
<i>Empathy</i>	.169	.086	.363	1.968	.052
a. Dependent variable: ABS_RES					

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser, diketahui variabel *Tangible* memiliki nilai sign 0,751, variabel *Reliability* 0,996, variabel *Responsiveness* 0,050, variabel *Assurance* 0,234, dan variabel *Empathy* 0,052. Seluruh variabel independen memiliki nilai sign lebih atau sama dengan 0,05, sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan menguji ada atau tidaknya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* pada kepuasan nasabah yang pengguna BYOND by BSI. Adapun hasil pengolahan data melalui analisis ini yakni :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.650	1.523		.427
	<i>Tangible</i>	.154	.118	.138	.193
	<i>Reliability</i>	.195	.078	.214	.014

<i>Responsiveness</i>	.318	.113	.279	2.813	.006
<i>Assurance</i>	.171	.099	.168	1.735	.086
<i>Empathy</i>	.159	.139	.137	1.146	.255
a. Dependent variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10, yakni:

$$Y : -0,650 + 0,154 + 0,195 + 0,318 + 0,171 + 0,159 + e$$

Interpretasi persamaan regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien masing-masing variabel yang diperoleh dari hasil analisis:

- Nilai konstanta yang diperoleh dari hasil analisis regresi adalah -0,650 yang berarti bahwa jika variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Nasabah sebesar -0,650.
- Variabel *Tangible* (X₁) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,154. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel *Tangible* akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah sebesar 0,154 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- Variabel *Reliability* (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,195. Artinya, peningkatan satu satuan pada variabel *Reliability* akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah sebesar 0,195 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- Variabel *Responsiveness* (X3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,318 yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel *responsiveness* akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah sebesar 0,318 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.

- Variabel *Assurance* (X4) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,171. Artinya, apabila variabel *Assurance* meningkat satu satuan, maka Kepuasan Nasabah diperkirakan meningkat sebesar 0,171 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
- Variabel *Empathy* (X5) nilai koefisien regresi sebesar 0,159 yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel *Empathy* akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah sebesar 0,159 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini membuktikan besarnya pengaruh antara kedua variabel, yaitu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dapat dikatakan signifikan Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun Nilai t tabel pada penelitian ini yaitu 1,986.

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.650	1.523		-.427	.671
	<i>Tangible</i>	.154	.118	.138	1.310	.193
	<i>Reliability</i>	.195	.078	.214	2.512	.014

<i>Responsiveness</i>	.318	.113	.279	2.813	.006
<i>Assurance</i>	.171	.099	.168	1.735	.086
<i>Empathy</i>	.159	.139	.137	1.146	.255
a. Dependent variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 diperoleh hasil sebagai berikut:

- Berdasarkan uji parsial, nilai sign yang dihasilkan yakni $0,193 > 0,05$ dengan angka t hitung $(1,310) < t$ tabel $(1,985)$. Hasil tersebut dinyatakan H_1 ditolak dan H_0 diterima, sehingga *Tangible* (Bukti Fisik) tidak memberi pengaruh pada Kepuasan Nasabah.
- Berdasarkan uji parsial, nilai sign yang dihasilkan yakni $0,014 < 0,05$ dengan angka t hitung $(2,512) > t$ tabel $(1,985)$. Hasil tersebut dinyatakan H_2 diterima dan H_0 ditolak, sehingga *Reliability* (Keandalan) memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- Berdasarkan hasil uji parsial, nilai sign yang dihasilkan yakni $0,006 < 0,05$ dengan besaran t hitung $(2,813) > t$ tabel $(1,985)$. Hasil itu dinyatakan H_3 diterima dan H_0 ditolak, sehingga *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- Berdasarkan hasil uji parsial, nilai sign yang dihasilkan yakni $0,086 > 0,05$ dengan nilai t hitung $(1,735) < t$ tabel $(1,985)$. Hasil tersebut dinyatakan H_4 ditolak dan H_0 diterima, sehingga *Assurance* (Jaminan) tidak memberi pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- Berdasarkan hasil uji parsial, nilai sign yang dihasilkan yakni $0,255 > 0,05$ dengan nilai t hitung $(1,146) < t$ tabel

Anova ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418.835	5	83.767	29.364	<,001 ^b
	Residual	268.155	94	2.853		
	Total	686.990	99			

a. Dependen Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Diperoleh besaran F hitung 29,364 dengan nilai sign < 0,000b. Dari nilai F hitung 29,364 > F tabel 2,31, sehingga Analisis Uji F menghadirkan dasar untuk menyimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya, variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy secara bersama-sama (simultan) berpengaruh pada Kepuasan Nasabah pengguna layanan BYOND by BSI.

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji ini menggambarkan tingkat kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan. Semakin tinggi nilai R^2 atau semakin mendekati angka satu, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 14Koefisiensi Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.589	1.689
a. Predictors: (Constant), <i>Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible</i>				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Sumber: Data Primer diolah, SPSS 2026

Hasil koefisien determinasi dalam output Model Summary, diperoleh nilai Adjust R Square senilai 0,589 yang menunjukkan bahwa sebesar 58,9% variasi pada variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah, dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri atas tangible, reliability, responsiveness, assurance,

dan empathy. Sementara itu, sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Tangible* (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,193 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 1,310, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Analisis deskriptif menunjukkan mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap dimensi *tangible* dengan persentase jawaban setuju dan sangat setuju sebesar 76%–90%. Tingginya keseragaman jawaban menyebabkan variasi data menjadi rendah sehingga kontribusi variabel ini dalam menjelaskan perubahan kepuasan nasabah menjadi tidak signifikan.

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kabupaten Pekalongan tidak menjadikan tampilan aplikasi sebagai faktor utama dalam menentukan kepuasan. Mayoritas responden penelitian berusia 21–25 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa yang termasuk kelompok dengan tingkat literasi digital tinggi. Akibatnya, desain antarmuka dan tampilan visual BYOND by BSI dipandang sebagai standar dasar yang seharusnya dimiliki oleh aplikasi mobile banking, sehingga aspek *tangible* tidak lagi menjadi faktor pembeda dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Sebaliknya, responden lebih memprioritaskan kualitas

layanan yang berkaitan langsung dengan pengalaman penggunaan aplikasi.

Temuan ini sejalan dengan *Service Quality Theory* yang dikemukakan oleh Zeithaml et al. (1988) yang menjelaskan bahwa pengaruh setiap dimensi SERVQUAL terhadap kepuasan dapat berbeda sesuai karakteristik pelanggan dan konteks layanan. Dalam penelitian ini, dimensi tangible belum menjadi faktor dominan karena Generasi Z lebih mengutamakan kualitas layanan yang bersifat fungsional dibandingkan aspek visual aplikasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Prihatiningrum & Zuraidah, 2022) yang menyatakan bahwa tangible memiliki nilai gap negatif terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan objek penelitian dan karakteristik responden.

2. Pengaruh *Reliability* (Kehandalan) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Reliability* (X2) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$ dengan nilai *t* hitung sebesar 2,512, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Analisis deskriptif menunjukkan mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap indikator *reliability*. Meskipun demikian, masih terdapat responden yang memilih kategori cukup setuju yaitu berkisar antara 22 hingga 31 responden pada setiap indikator, sehingga terdapat variasi persepsi mengenai tingkat keandalan aplikasi. Variasi tersebut menunjukkan bahwa semakin

baik keandalan aplikasi yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reliability menjadi aspek yang paling diperhatikan oleh Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan digital. Karakteristik responden yang didominasi mahasiswa berusia 21–25 tahun dengan tingkat literasi digital yang tinggi menyebabkan mereka memiliki ekspektasi terhadap aplikasi yang stabil, akurat, dan minim gangguan. Keandalan sistem menjadi faktor penting karena secara langsung memengaruhi kelancaran aktivitas transaksi, sehingga semakin tinggi keandalan layanan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI.

Temuan tersebut sesuai dengan *Service Quality Theory* yang menyatakan bahwa reliability merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat, konsisten, dan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan (Zeithaml et al., 1988). Dalam konteks layanan digital, keandalan tercermin dari kemampuan aplikasi memberikan akses yang stabil, memproses transaksi secara akurat, dan meminimalkan gangguan sistem. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi reliability menjadi salah satu faktor utama yang membentuk kepuasan pengguna BYOND by BSI.

Hasil penelitian ini sama pada penelitian Nafisyah (2025) dan Setiawan (2025) yang menyatakan bahwa reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam menyediakan layanan yang akurat, konsisten, dan dapat diandalkan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan perbankan digital.

3. Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Responsiveness* (X3) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ dengan nilai *t* hitung sebesar 2,813, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju pada seluruh indikator *responsiveness*. Namun, masih terdapat responden yang memilih kategori cukup setuju yaitu berkisar antara 14 hingga 28 responden pada setiap indikator, sehingga menunjukkan adanya variasi persepsi mengenai tingkat ketanggapan layanan. Variasi tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik daya tanggap layanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z mengutamakan kecepatan dan ketanggapan layanan dalam menggunakan aplikasi perbankan digital. Karakteristik Generasi Z yang terbiasa memperoleh layanan secara instan menyebabkan mereka memiliki ekspektasi tinggi terhadap respons sistem dan penanganan kendala. Oleh karena itu, kemampuan BYOND by BSI dalam memberikan layanan yang cepat dan responsif menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan, karena keterlambatan penanganan kendala dapat menghambat aktivitas transaksi nasabah.

Temuan ini sejalan dengan *Service Quality Theory* yang menjelaskan bahwa *responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan

secara cepat, membantu pelanggan, serta bersedia merespons setiap kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi pelanggan (Zeithaml et al., 1988). Dalam konteks layanan digital seperti BYOND by BSI, dimensi responsiveness tercermin dari kecepatan sistem, kemudahan memperoleh bantuan, serta ketanggapan bank dalam menangani kendala pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik daya tanggap layanan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Jubaidi et al. (2024) dan Palupi Permata Rahmi et al., (2023) yang menyatakan bahwa responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pada layanan perbankan digital, kecepatan dalam memberikan layanan dan menangani kendala merupakan faktor penting yang secara langsung memengaruhi kepuasan pengguna.

4. Pengaruh Assurance (Jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Assurance (X4) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,086 > 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 1,735, sehingga hipotesis keempat (H4) ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap seluruh indikator assurance, dengan persentase jawaban positif berkisar antara 82% hingga 95%. Tingginya penilaian positif tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi assurance relatif homogen, sehingga variasi data menjadi rendah. Kondisi ini menyebabkan dimensi assurance

belum mampu menjelaskan perbedaan tingkat kepuasan nasabah secara signifikan.

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah menganggap keamanan dan kepercayaan sebagai standar dasar yang harus dimiliki oleh setiap aplikasi mobile banking. Mayoritas responden merupakan pengguna yang terbiasa melakukan transaksi digital sehingga menganggap keamanan sebagai fitur yang wajib tersedia. Oleh karena itu, aspek assurance tidak lagi menjadi faktor yang meningkatkan kepuasan. Sebaliknya, responden lebih memprioritaskan kualitas layanan yang berkaitan langsung dengan pengalaman penggunaan aplikasi, seperti keandalan sistem dan ketanggapan layanan.

Temuan tersebut sesuai dengan Zeithaml et al. (1988) pada *Service Quality Theory* yang menjelaskan bahwa assurance merupakan salah satu dimensi SERVQUAL yang berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya, memberikan rasa aman, serta menunjukkan kompetensi dalam memberikan layanan. Pada penelitian ini, dimensi assurance belum menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan karena responden telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan BYOND by BSI, sehingga dimensi tersebut tidak lagi menjadi pembeda dalam menilai kepuasan.

Hasil penelitian ini selaras pada analisis Yanti (2023) dan Palupi Permata Rahmi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa variabel assurance tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pada layanan mobile banking, keamanan telah dipersepsikan sebagai kebutuhan dasar (basic requirement). Oleh karena itu, pemenuhan aspek

assurance belum tentu meningkatkan kepuasan, tetapi ketiadaannya berpotensi menurunkan kepercayaan pengguna terhadap layanan.

5. Pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Empathy* (X5) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,255 > 0,05$ dengan nilai *t* hitung sebesar 1,146, sehingga hipotesis kelima (H5) ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap seluruh indikator *empathy*, dengan persentase jawaban positif berkisar antara 74% hingga 84%. Tingginya penilaian positif tersebut menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap dimensi *empathy* relatif homogen sehingga variasi data menjadi rendah. Kondisi tersebut menyebabkan dimensi *empathy* belum mampu menjelaskan perbedaan tingkat kepuasan nasabah secara signifikan.

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak menjadikan perhatian personal sebagai faktor utama dalam menilai kepuasan terhadap layanan BYOND by BSI. Mayoritas responden merupakan pengguna yang terbiasa melakukan transaksi secara mandiri (*self-service*) melalui aplikasi tanpa harus berinteraksi langsung dengan petugas bank. Oleh karena itu, responden lebih menitikberatkan pada kualitas layanan yang berkaitan langsung dengan pengalaman penggunaan aplikasi, seperti keandalan sistem dan ketanggapan layanan.

Temuan tersebut sesuai dengan Zeithaml et al. (1988) pada *Service Quality Theory* yang menjelaskan bahwa

empathy merupakan dimensi kualitas layanan yang mencerminkan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan. Namun, pada layanan perbankan digital seperti BYOND by BSI, interaksi antara nasabah dan penyedia layanan lebih banyak berlangsung melalui aplikasi dibandingkan secara langsung. Oleh karena itu, dimensi empathy belum menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah, terutama pada Generasi Z yang cenderung mengutamakan efisiensi, kemudahan, dan kemandirian dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan Palupi Permata Rahmi et al. (2023) dan Yanti (2023) yang menyimpulkan bahwa variabel empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pada layanan mobile banking, perhatian personal bukan lagi faktor utama yang menentukan kepuasan pengguna. Kepuasan lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan yang secara langsung dirasakan selama menggunakan aplikasi, seperti keandalan sistem dan ketanggapan layanan.

Pengaruh Tangibleness, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 29,364 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta F hitung $(29,364) > F \text{ tabel } (2,31)$, sehingga hipotesis keenam (H_6) diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,589 menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 58,9% variasi kepuasan nasabah, sedangkan

41,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara empiris, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak dibentuk oleh satu dimensi kualitas layanan saja, melainkan oleh kombinasi seluruh dimensi SERVQUAL. Meskipun secara parsial hanya reliability dan responsiveness yang terbukti berpengaruh signifikan, dimensi tangible, assurance, dan empathy tetap berkontribusi dalam membentuk persepsi kualitas layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, setiap dimensi SERVQUAL saling melengkapi dalam membentuk persepsi kualitas layanan, meskipun tingkat pengaruh masing-masing dimensi berbeda.

Temuan ini sesuai dengan *Service Quality Theory* yang menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan suatu konstruk multidimensi yang terdiri atas tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zeithaml et al., 1988). Kelima dimensi tersebut secara bersama-sama membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Oleh karena itu, meskipun tidak semua dimensi memiliki pengaruh yang signifikan secara individual, kombinasi seluruh dimensi tetap mampu menjelaskan tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan kualitas layanan pada dimensi reliability dan responsiveness yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Di sisi lain, peningkatan pada dimensi tangible, assurance, dan empathy tetap perlu dilakukan agar kualitas layanan BYOND by BSI semakin optimal dan mampu meningkatkan kepuasan pengguna.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan guna menganalisis pengaruh dimensi kualitas layanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) dengan kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yakni:

1. Variabel *tangible* (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek bukti fisik, seperti tampilan aplikasi, desain antarmuka, dan elemen visual lainnya, belum menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pengguna.
2. Variabel *reliability* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan yang andal, akurat, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah.
3. Variabel *responsiveness* (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kecepatan, ketanggapan, dan kemampuan aplikasi dalam membantu pengguna saat bertransaksi maupun ketika menghadapi kendala mampu meningkatkan kepuasan nasabah.
4. Variabel *assurance* (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan dan jaminan layanan telah dianggap sebagai

standar yang semestinya dimiliki oleh setiap layanan *mobile banking*, sehingga tidak lagi menjadi faktor yang secara langsung memengaruhi kepuasan pengguna.

5. Variabel *empathy* (X5) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Hal ini menunjukkan bahwa perhatian secara individual serta pemahaman terhadap kebutuhan pengguna belum menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI.
6. Variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI (Y). Nilai Adjusted R Square sebesar 58,9% menunjukkan bahwa variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kelima variabel tersebut, sedangkan 41,1% sisanya terikat oleh faktor lain di luar model penelitian.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang telah direncanakan. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Adapun keterbatasan tersebut yakni sebagai berikut:

1. Jumlah populasi Generasi Z pengguna aplikasi BYOND by BSI di Kabupaten Pekalongan belum dapat diketahui secara pasti. Oleh karena itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini belum sepenuhnya mampu merepresentasikan keseluruhan populasi.
2. Penelitian ini hanya mengkaji lima variabel independen, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dengan demikian, masih terdapat faktor-faktor

lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah dan dapat diteliti lebih lanjut pada penelitian berikutnya.

3. Pengumpulan data dalam penelitian ini sebagian besar dilakukan secara daring melalui Google Form karena mayoritas responden memilih metode tersebut. Kondisi ini menyebabkan peneliti tidak dapat mengawasi secara langsung proses pengisian kuesioner oleh responden.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, V., Suryani, L., & Sapni, R. R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pada PT Pos Indoneisa (Persero) Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Ahmad Luthfi. (2024). *Riset Lokadata: 73 Persen Gen Z Beralih Gunakan Bank Digital*. Technologue.Id. <https://technologue.id/>
- Aini, S. N., Ningseh, N. K., & Fatimatuzzahro. (2025). Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan *Mobile banking* (Byond) Pada Bsi Kc Basuki Rahmat Banyuwangi. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1, 19–22.
- Akob, A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur*, 11(2), 269. <https://doi.org/https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Al-Hawary, S. I. S., & Al-Smeran, W. F. (2017). Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v7-i1/2613>
- Alfajar, F., Polii, J., Studi, P., & Publik, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAKASSAR JEANS HOUSE KOTA PALU. *Journal of Administration and Management Public Literation*, 1(1), 37–50.
- Anjayati, S. (2021). Review Artikel: Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Menggunakan Metode Servqual. *Nursing Care and Health Technology Journal (NCHAT)*, 1(1), 31–38. <https://doi.org/10.56742/nchat.v1i1.7>
- ANTARA, N. (2026). *BSI bidik pengguna “mobile banking” lampau 10 juta pada 2026*. <https://www.antaranews.com/berita/5502538/bsi-bidik-pengguna-mobile-banking-lampau-10-juta-pada-2026>
- Asyfiya, K. A., & Fariza, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan

- Dimensi TERRA (*Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*) Di BSI KCP Cirebon Plered 1. *Jurnal Witana (JW)*, 02(01), 7–18. <http://jurnalwitana.com/>
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>
- Azka, D. J., & U. P. (2025). Evaluasi Pengalaman Pengguna (UX) Pada Aplikasi BYOND By BSI. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 8(1), 61–66.
- Bank Syariah Indonesia. (2026). *BYOND by BSI Kian Diminati Generasi Muda, BSI Targetkan 10 Juta Pengguna di 2026*. <https://www.bankbsi.co.id/>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Customer Loyalty (Angewandte)*. IRDH.
- CNN, I. (2023). *Ransomware Lockbit 3.0 klaim lumpuhkan BSI dan curi data pengguna*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230513093401-185-949046/ransomware-lockbit-30-klaim-lumpuhkan-bsi-dan-curi-data-pengguna>
- Ferryanda, D., & Rosyid, A. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet*. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of *Service Quality* on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan m-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan*

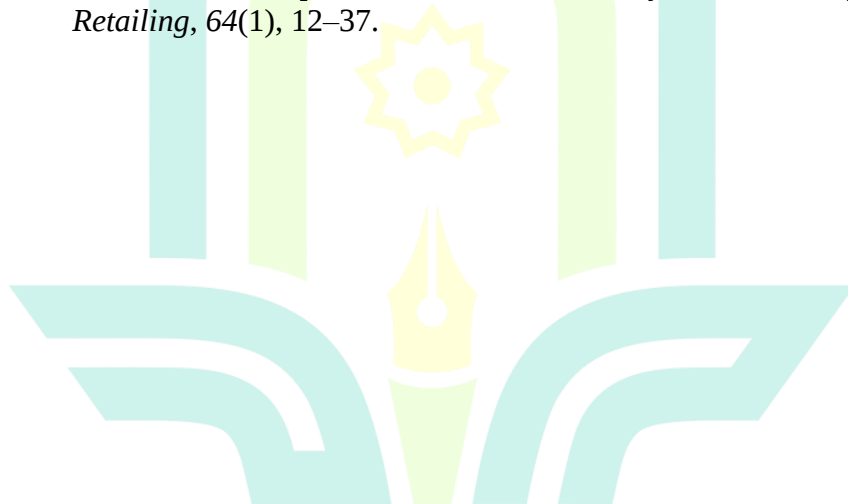
- Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 101–118.
<https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.151>
- Hidayanti, A. T., & Handayani, J. (2020). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Presma Pada Pd Bank Perkreditan Rakyat Blora (Studi Kasus Pada Pd Bank Perkreditan Rakyat Blora). *Keunis*, 7(2), 40.
<https://doi.org/10.32497/keunis.v7i2.1584>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Irfan, F., Suharto, & Hanif. (2023). Pengaruh Modal Usaha dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Izzuddin, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Bjb Cabangmakassar Muhammad. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(desember), 2338–2716.
- Jiwantara, K., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (2012). Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1(1), 1–11.
- Jubaidi, J., Munawaroh, C., Sari, A. P., & Paraira, A. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Samarinda. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(6).
<https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jemsi.v5i6>
- Khan, A. G., Lima, R. P., & Mahmud, M. S. (2021). Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model. *Global Business Review*, 22(1), 85–100. <https://doi.org/10.1177/0972150918795551>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Marketing Management* (Edisi 12). Prentice Hall PTR.
- Kristania, V. J., Ogi, I. W. ., & Karuntu, M. M. (2022). Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado.

- Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 533–544.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kusumo, I. J., & Yuyetta, E. N. A. (2018). Pengaruh Independensi, Kompetensi, dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Lestari, S., Amroni, A., & Andrianti, A. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi BNI Mobile banking Dengan Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Komputer(JAKAKOM)*, 4(1), 973–981. <https://doi.org/10.33998/jakakom.2024.4.1.1698>
- Lutfiani, U., Wulandari, N. R., Ruslaini, R., & Albab, U. (2024). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 461–469. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1923>
- MetroJaya. (2025). BI: Transaksi Digital Juli 2025 Tumbuh 45%. Metro Jaya. <https://www.metrotvnews.com/play/KdZCjX46-bi-transaksi-digital-juli-2025-tumbuh-45#:~:text=Berdasarkan data BI%2C pembayaran digital,on year%2C%22 ujar Perry.&text=Dari sisi infrastruktur%2C volume transaksi,94 triliun sepanjang Juli 2025.>
- Nafisyah, V. A. (2025). *Pengaruh Tangible Dan Realibility Fasilitas Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Dosen Dan Pegawai FEBI Intitut Agama Islam Negeri Metro)*.
- Palupi Permata Rahmi, Nur Aryanti, A., & Abdul Aziz, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710–722. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile banking pada Nasabah Bjb

- Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 367–373. <https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1653>
- PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (2024). *SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman Diakses*. PT Bank Syariah Indonesia Tbk. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses>
- Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10952>
- Putro, H. T. L., Thamrin, & Samsudin. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile banking* Pt. Bank Negara Indonesia Tbkdi Kcp Buaran Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rahadian, M. R., Pangastuti, N., & Parningotan, S. (2024). Analisa kualitas pelayanan menggunakan metode *Service Quality* (Servqual) dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Study kasus: Bank Mandiri). *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 7(4), 2348–2359. <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i4.36269>
- Rohmawati, A., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh E-Wallet, *Mobile banking*, dan E-Money Terhadap Transaksi Bisnis Digital Pasca Covid-19. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.1002>
- Ronny, R., Ilfitriah, A. M., & Nurhadi, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Electronic Banking. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4485>
- Rustandi, N., & Ramdhani, N. (2022). Pengaruh *Responsiveness* Dan Profit Sharing Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan

- Mudharabah Pada Bsi Mandiri Cianjur. *Aksyana : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 200. <https://doi.org/10.35194/ajaki.v1i2.2495>
- Saina, F., Mude, A., Rada, K. T., & Sungguh, M. D. (2026). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi *Mobile banking* Bank Ntt Menggunakan Metode Servqual Di Unit Kantor. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 4, 14–24.
- Setiawan, N. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Indonesia (Studi : PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Bekasi). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual - Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suharyono, S., & Azani, D. S. (2021). Influence of the Dimension of *Service Quality* on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty PT Sun Life Financial Indonesia in Jakarta. *Focus*, 2(1), 38–47. <https://doi.org/10.37010/fcs.v2i1.293>
- Tjiptono, F. (2014). *Service Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2018). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Penerbit Andi.
- Wahyuni, N., & Rindrayani, S. R. (2025). Metodologi Penelitian Asosiasi. *Musyari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 14(9).
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wibowati, J. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*.

- Wibowo, W., & Imam Nuryanto. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Integrasi Servqual dan Diagram Kartesius. *EBisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 195–200.
- Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality* (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>
- Yanti, Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah (Kantor Pusat Operasional)*.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*. CV Budi Utama.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Leonard Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12–37.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Asri Dwi Lestari, mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul **"Pengaruh Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna BYOND by BSI Di Kabupaten Pekalongan"** Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sekitar 3-5 menit guna mengisi kuesioner ini. Seluruh informasi dan jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya serta hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, sehingga diharapkan Saudara/i dapat memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman dan kondisi yang sebenarnya. Partisipasi Saudara/i sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

ANGKET KUESIONER

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Usia :

☐ 17-20 tahun ☐ 21-25 tahun ☐ 26-29 tahun

Pekerjaan :

☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Wirausaha ☐ Pegawai Negeri

☐ Pegawai Swasta ☐ Lainnya

Alamat Domisili :

☐ Bojong ☐ Kandangserang

☐ Kesesi ☐ Siwalan

☐ Karanganyar ☐ Buaran

☐ Lebakbarang ☐ Sragi

☐ Karangadadap ☐ Paninggaran

☐ Kajen ☐ Kedungwuni

☐ Petungkriyono ☐ Tirto

☐ Wiradesa ☐ Talun

☐ Wonokerto ☐ Wonopringgo

Lama menggunakan BYOND by BSI :

☐ <1 tahun ☐ 1-2 tahun ☐ 3-4 tahun ☐ > 4 tahun

B. Petunjuk Pengisian

Silahkan pilih satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat kakak pada setiap pernyataan yang tersedia dengan cara memilih salah satu angka pada skala berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Cukup Setuju (CS)

4 = Setuju (S)

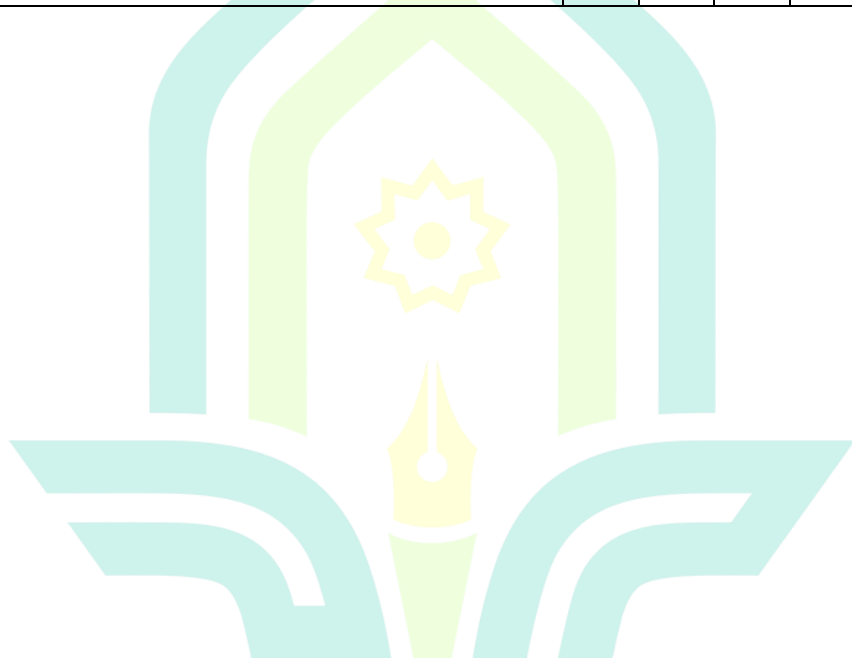
5 = Sangat Setuju (SS)

Daftar pernyataan untuk responden

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
Tangible (X1)		1	2	3	4	5
1.	Fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi BYOND by BSI disajikan dengan jelas dan mudah dipahami.					
2.	Animasi yang ditampilkan pada aplikasi BYOND by BSI tidak mengganggu kenyamanan saya saat menggunakan layanan.					
3.	Tampilan login pada aplikasi BYOND by BSI mudah dipahami oleh pengguna baru.					
4.	Desain aplikasi BYOND by BSI terlihat menarik dan profesional.					
Reliability (X2)						
1.	Aplikasi BYOND by BSI dapat digunakan selama 24 jam penuh tanpa kendala.					
2.	Layanan aplikasi BYOND by BSI dapat diandalkan di mana pun saya berada.					
3.	Aplikasi BYOND by BSI sering tidak dapat diakses pada waktu tertentu.					
4.	Saya jarang mengalami gangguan saat menggunakan aplikasi BYOND By BSI.					
Responsiveness (X3)						
1.	Keluhan yang saya sampaikan terkait layanan BYOND by BSI ditanggapi dengan cepat.					
2.	Petugas bank bersedia membantu ketika saya mengalami kendala dalam					

	menggunakan BYOND by BSI.					
3.	Informasi yang saya butuhkan terkait layanan BYOND by BSI diberikan dengan cepat.					
4.	Layanan bantuan BYOND by BSI responsif dalam menangani permasalahan nasabah.					
Assurance (X4)						
1.	Saya merasa aman melakukan transaksi melalui BYOND by BSI.					
2.	Bank menjamin kerahasiaan data pribadi dan informasi transaksi nasabah.					
3.	Saya percaya bahwa transaksi melalui BYOND by BSI terlindungi dari penyalahgunaan data.					
4.	Petugas bank memiliki pengetahuan yang memadai untuk membantu permasalahan terkait BYOND by BSI.					
5.	BYOND by BSI memiliki sistem keamanan yang dapat dipercaya.					
Empathy (X5)						
1.	BYOND by BSI menyediakan fitur dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
2.	BSI memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan kenyamanan nasabah pengguna BYOND by BSI.					
3.	Nasabah dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pihak BSI terkait layanan BYOND by BSI.					
4.	BSI berupaya memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah					

	pengguna BYOND by BSI.					
Kepuasan Nasabah (Y)						
1.	Saya merasa puas menggunakan layanan BYOND by BSI.					
2.	Saya akan terus menggunakan layanan BYOND by BSI ke depannya.					
3.	Saya berminat merekomendasikan layanan BYOND by BSI kepada orang lain.					
4.	Layanan BYOND by BSI telah memenuhi harapan saya.					



Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

No	Tangible (X1)				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	3	5	3	15
2	5	5	4	4	18
3	4	4	4	4	16
4	4	3	3	4	14
5	5	5	4	5	19
6	3	3	4	4	14
7	4	3	4	4	15
8	4	5	5	5	19
9	5	4	4	4	17
10	2	4	4	1	11
11	5	4	5	4	18
12	4	4	4	3	15
13	4	3	5	4	16
14	5	4	5	4	18
15	4	3	5	3	15
16	5	5	5	5	20
17	5	5	4	4	18
18	5	4	4	3	16
19	3	2	3	2	10
20	5	4	5	5	19
21	3	2	3	4	12
22	5	4	5	5	19
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	4	5	4	17
26	5	5	5	4	19
27	5	4	4	4	17
28	4	5	4	3	16
29	3	3	4	4	14
30	5	5	5	5	20
31	4	3	5	4	16
32	3	3	4	4	14
33	4	4	5	3	16
34	5	4	5	5	19
35	4	3	5	4	16
36	4	3	4	4	15
37	5	4	5	4	18
38	4	4	5	5	18
39	5	4	5	4	18
40	4	4	4	4	16
41	4	3	3	4	14
42	5	5	5	5	20
43	5	3	5	4	17
44	4	4	3	3	14
45	4	4	5	4	17
46	4	3	4	2	13
47	5	5	4	5	19
48	4	3	4	3	14

49	5	4	4	5	18
50	4	3	4	4	15
51	4	5	5	5	19
52	5	4	5	5	19
53	4	4	3	3	14
54	5	3	5	4	17
55	5	4	4	3	16
56	5	4	4	4	17
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	5	5	5	19
60	4	4	5	4	17
61	4	5	5	4	18
62	4	4	4	4	16
63	5	4	5	5	19
64	4	4	4	4	16
65	5	4	5	5	19
66	3	3	4	4	14
67	4	5	5	5	19
68	5	4	5	5	19
69	4	4	4	4	16
70	5	4	4	4	17
71	5	5	5	4	19
72	4	5	3	4	16
73	5	5	5	5	20
74	5	4	5	4	18
75	3	1	2	4	10
76	4	4	4	4	16
77	4	5	5	5	19
78	5	4	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	3	4	3	3	13
81	5	5	5	5	20
82	4	4	5	4	17
83	5	4	5	4	18
84	4	5	5	4	18
85	5	5	5	4	19
86	5	4	5	5	19
87	5	5	5	5	20
88	2	4	4	2	12
89	4	3	4	3	14
90	5	5	4	5	19
91	4	4	4	4	16
92	3	2	4	4	13
93	4	4	3	3	14
94	5	5	5	5	20
95	5	4	4	5	18
96	3	4	4	4	15
97	5	4	4	4	17
98	5	5	5	4	19
99	5	4	5	5	19
100	4	3	4	5	16

No	Reliability (X2)				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	2	3	4	5	14
2	4	5	5	5	19
3	3	3	3	4	13
4	3	2	2	2	9
5	5	5	5	4	19
6	3	3	3	4	13
7	3	3	3	3	12
8	5	5	5	4	19
9	5	5	4	3	17
10	4	3	3	2	12
11	4	4	4	3	15
12	4	4	4	4	16
13	2	3	2	2	9
14	4	5	4	3	16
15	5	4	4	3	16
16	5	5	5	4	19
17	4	5	4	4	17
18	3	3	4	5	15
19	3	2	3	3	11
20	5	4	5	5	19
21	4	3	3	3	13
22	4	5	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	4	5	5	5	19
25	4	3	4	4	15
26	4	4	4	5	17
27	4	4	4	4	16
28	5	4	4	4	17
29	4	3	3	3	13
30	5	5	4	3	17
31	4	4	4	5	17
32	3	4	3	2	12
33	2	3	3	3	11
34	4	5	5	5	19
35	3	4	4	4	15
36	3	4	4	4	15
37	4	5	5	5	19
38	5	5	5	4	19
39	5	4	5	5	19
40	3	4	4	4	15
41	2	3	3	3	11
42	5	5	5	5	20
43	5	5	3	4	17
44	3	3	4	3	13
45	4	4	4	5	17
46	3	5	4	3	15
47	4	5	4	4	17
48	4	3	3	2	12

49	4	4	4	4	16
50	5	4	4	3	16
51	4	5	5	5	19
52	5	4	4	4	17
53	4	4	4	3	15
54	5	4	4	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	3	15
57	4	4	4	4	16
58	3	3	3	3	12
59	1	2	2	3	8
60	5	4	4	3	16
61	2	3	3	3	11
62	3	4	3	3	13
63	3	4	3	3	13
64	4	4	4	3	15
65	4	3	4	4	15
66	3	4	3	3	13
67	4	5	4	4	17
68	4	5	4	4	17
69	3	4	3	3	13
70	3	4	4	4	15
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	5	17
73	4	5	5	5	19
74	4	3	3	3	13
75	3	4	3	4	14
76	2	3	2	2	9
77	5	5	5	4	19
78	3	4	4	4	15
79	4	4	4	3	15
80	3	2	2	2	9
81	5	5	5	4	19
82	5	4	4	4	17
83	4	4	4	5	17
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	4	19
86	5	5	5	5	20
87	5	5	4	2	16
88	3	3	3	4	13
89	4	5	4	3	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	5	3	16
93	3	3	3	3	12
94	5	5	5	5	20
95	4	4	4	5	17
96	3	3	2	1	9
97	3	5	4	5	17
98	5	5	5	5	20
99	5	5	5	5	20
100	4	4	4	3	15

No	Responsiveness (X3)				Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	4	5	3	4	16
2	4	4	5	5	18
3	4	4	4	4	16
4	3	4	3	3	13
5	4	5	5	4	18
6	3	4	3	3	13
7	3	3	4	4	14
8	4	5	5	5	19
9	4	5	4	4	17
10	3	3	5	5	16
11	4	4	4	4	16
12	3	3	3	3	12
13	4	5	4	4	17
14	4	5	4	4	17
15	5	4	2	5	16
16	5	5	5	5	20
17	5	4	5	4	18
18	5	4	4	3	16
19	5	4	4	5	18
20	5	5	5	5	20
21	3	4	4	3	14
22	4	4	5	4	17
23	4	4	5	5	18
24	5	5	5	5	20
25	3	5	5	4	17
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	3	4	4	4	15
29	4	3	3	4	14
30	5	5	4	5	19
31	4	3	4	5	16
32	3	4	4	4	15
33	3	3	3	3	12
34	4	4	4	5	17
35	2	4	4	4	14
36	3	4	3	4	14
37	5	4	5	4	18
38	4	4	5	5	18
39	5	5	5	5	20
40	4	4	5	5	18
41	4	4	3	4	15
42	5	5	5	5	20
43	3	4	4	4	15
44	3	4	3	3	13
45	4	4	4	5	17
46	2	5	4	5	16
47	5	5	5	5	20
48	3	3	4	3	13

49	4	5	4	4	17
50	4	5	4	4	17
51	4	5	4	5	18
52	5	5	4	4	18
53	3	3	4	4	14
54	5	5	3	3	16
55	3	4	4	4	15
56	3	4	4	4	15
57	4	4	4	4	16
58	3	4	4	4	15
59	5	5	5	5	20
60	4	5	4	4	17
61	4	5	3	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	3	4	15
64	3	5	4	4	16
65	4	5	4	4	17
66	3	3	3	3	12
67	3	4	4	4	15
68	4	5	5	5	19
69	4	4	4	4	16
70	4	3	4	4	15
71	5	4	4	5	18
72	5	4	5	4	18
73	3	3	3	3	12
74	3	4	5	4	16
75	4	4	4	4	16
76	2	4	2	4	12
77	4	5	5	5	19
78	4	5	5	4	18
79	3	4	4	4	15
80	3	3	3	3	12
81	4	5	5	5	19
82	4	5	4	4	17
83	5	4	5	4	18
84	4	4	4	4	16
85	4	5	4	4	17
86	5	5	4	5	19
87	5	5	5	5	20
88	3	4	3	3	13
89	2	3	3	2	10
90	5	5	5	4	19
91	4	4	4	4	16
92	4	5	2	3	14
93	3	3	3	4	13
94	5	5	5	5	20
95	5	5	4	4	18
96	3	5	3	3	14
97	4	4	5	5	18
98	5	5	5	4	19
99	4	5	5	4	18
100	4	4	3	4	15

49	5	5	5	4	5	24
50	5	4	4	4	4	21
51	4	5	5	5	4	23
52	5	5	4	5	5	24
53	5	3	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	4	4	4	22
56	4	4	5	4	3	20
57	4	4	4	4	4	20
58	5	3	3	4	4	19
59	5	5	5	5	5	25
60	4	5	4	5	4	22
61	4	5	5	4	5	23
62	4	4	4	4	4	20
63	5	4	5	4	4	22
64	3	4	4	4	4	19
65	5	5	5	4	4	23
66	4	4	4	4	4	20
67	5	4	4	4	4	21
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	3	5	5	23
70	4	3	4	4	4	19
71	4	5	4	4	4	21
72	4	5	4	3	3	19
73	3	3	3	5	3	17
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	4	5	5	24
77	5	5	4	4	4	22
78	4	5	4	4	5	22
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	4	4	3	17
81	5	5	5	5	5	25
82	4	5	5	4	4	22
83	5	5	4	4	4	22
84	4	4	4	4	4	20
85	5	5	5	4	5	24
86	5	5	4	5	5	24
87	5	5	5	5	5	25
88	4	4	4	4	4	20
89	4	5	4	4	5	22
90	5	5	5	5	5	25
91	4	4	4	4	4	20
92	5	5	4	4	5	23
93	4	4	4	4	3	19
94	5	5	5	5	5	25
95	4	5	5	5	5	24
96	4	4	4	4	2	18
97	5	5	5	5	4	24
98	5	5	5	5	5	25
99	4	4	5	5	5	23
100	5	5	5	5	5	25

No	Assurance (X4)					Total
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	5	4	4	5	5	23
2	5	4	4	4	4	21
3	4	4	5	5	5	23
4	4	4	3	3	3	17
5	5	4	4	5	4	22
6	4	3	4	3	3	17
7	4	4	4	4	4	20
8	5	4	4	4	4	21
9	5	4	4	5	4	22
10	2	5	1	2	4	14
11	5	4	4	4	4	21
12	3	3	3	3	3	15
13	4	5	3	4	4	20
14	4	5	3	4	4	20
15	4	5	5	5	5	24
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	5	4	5	23
18	5	4	4	5	5	23
19	4	5	4	5	3	21
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	3	4	19
22	4	4	4	5	4	21
23	5	4	5	4	5	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	4	4	5	23
28	5	5	5	4	4	23
29	5	3	4	3	4	19
30	5	5	4	5	4	23
31	4	4	3	4	5	20
32	4	4	4	4	4	20
33	4	5	5	5	5	24
34	5	3	5	5	5	23
35	4	5	3	5	4	21
36	4	4	4	4	3	19
37	5	4	5	4	5	23
38	5	5	4	5	5	24
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	4	5	5	24
41	4	5	3	4	3	19
42	5	5	5	5	5	25
43	4	5	5	5	5	24
44	3	4	3	3	3	16
45	5	5	5	4	5	24
46	2	3	5	4	4	18
47	5	5	5	5	4	24
48	3	5	4	4	3	19

49	5	5	5	5	20
50	5	4	4	4	17
51	4	4	4	4	16
52	5	4	5	5	19
53	3	4	5	3	15
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	5	17
57	4	4	4	4	16
58	3	3	3	4	13
59	4	5	5	5	19
60	4	4	5	4	17
61	4	5	4	4	17
62	4	4	4	4	16
63	4	4	3	4	15
64	4	4	4	4	16
65	4	5	4	5	18
66	4	4	3	3	14
67	5	5	5	4	19
68	4	5	5	5	19
69	4	5	5	5	19
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	5	4	4	17
73	5	3	3	3	14
74	5	5	4	4	18
75	3	3	5	3	14
76	5	5	5	5	20
77	5	4	5	5	19
78	5	4	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	3	4	3	3	13
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	5	17
84	4	5	4	5	18
85	5	4	4	5	18
86	4	5	5	5	19
87	5	5	5	5	20
88	4	3	3	3	13
89	4	4	3	4	15
90	5	5	4	5	19
91	4	4	4	4	16
92	3	3	3	4	13
93	3	3	3	3	12
94	5	5	5	5	20
95	5	5	4	4	18
96	3	4	3	3	13
97	5	5	4	4	18
98	4	4	4	4	16
99	4	4	5	5	18
100	4	4	4	5	17

No	Empathy (X5)				Total
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	
1	3	4	5	4	16
2	3	5	5	5	18
3	4	3	4	5	16
4	3	4	3	4	14
5	5	5	4	4	18
6	4	3	3	3	13
7	4	3	3	3	13
8	5	4	5	5	19
9	5	4	5	4	18
10	3	5	4	3	15
11	4	4	4	4	16
12	3	3	3	3	12
13	4	4	3	4	15
14	5	4	3	4	16
15	4	4	5	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	5	4	5	18
18	4	4	3	3	14
19	5	1	3	4	13
20	5	5	5	5	20
21	3	3	4	3	13
22	5	4	4	5	18
23	5	4	5	5	19
24	5	5	5	5	20
25	4	4	5	4	17
26	5	4	4	5	18
27	4	4	3	4	15
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	4	13
30	5	4	4	4	17
31	4	4	4	5	17
32	4	4	4	4	16
33	3	3	5	5	16
34	5	5	4	5	19
35	4	3	3	4	14
36	4	4	3	3	14
37	4	5	4	5	18
38	5	5	3	3	16
39	4	5	5	5	19
40	4	5	4	5	18
41	5	3	2	3	13
42	5	5	5	5	20
43	4	3	4	5	16
44	3	3	3	3	12
45	4	4	5	4	17
46	5	2	3	5	15
47	5	5	5	5	20
48	4	3	4	4	15

No	Kepuasan Nasabah (Y)				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	3	4	5	5	17
2	5	4	4	4	17
3	3	4	4	4	15
4	3	3	3	3	12
5	5	4	5	4	18
6	3	4	4	3	14
7	3	4	4	3	14
8	4	5	5	4	18
9	5	5	4	4	18
10	3	5	4	4	16
11	5	4	5	4	18
12	3	3	3	3	12
13	4	4	3	3	14
14	5	4	4	4	17
15	4	3	4	3	14
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	5	4	4	3	16
19	4	3	5	1	13
20	5	5	5	5	20
21	3	4	4	3	14
22	5	4	5	5	19
23	3	4	4	4	15
24	5	5	5	5	20
25	4	5	4	4	17
26	5	5	5	4	19
27	5	4	4	4	17
28	5	5	5	4	19
29	4	4	3	4	15
30	5	4	5	5	19
31	4	3	3	4	14
32	4	4	4	4	16
33	4	5	5	3	17
34	5	5	5	5	20
35	4	3	2	3	12
36	4	3	3	3	13
37	5	4	5	4	18
38	4	3	3	4	14
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	4	3	4	3	14
42	5	5	5	5	20
43	4	4	3	4	15
44	3	2	3	3	11
45	5	5	5	5	20
46	5	4	5	3	17
47	4	4	4	5	17
48	3	3	2	3	11

49	5	4	4	4	17
50	5	4	4	4	17
51	4	4	5	5	18
52	5	5	4	4	18
53	5	3	4	5	17
54	5	5	5	5	20
55	4	4	3	4	15
56	4	3	3	3	13
57	4	3	3	4	14
58	3	3	4	3	13
59	4	5	4	5	18
60	5	4	5	5	19
61	5	3	4	5	17
62	4	4	3	4	15
63	4	4	5	4	17
64	4	3	4	3	14
65	4	3	4	4	15
66	3	4	3	3	13
67	4	4	5	4	17
68	5	5	5	4	19
69	4	4	4	5	17
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	3	5	4	2	14
73	5	5	4	4	18
74	5	5	5	5	20
75	4	3	5	4	16
76	3	2	2	4	11
77	4	5	5	5	19
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16
80	3	3	3	3	12
81	5	5	5	5	20
82	5	4	4	4	17
83	5	4	4	4	17
84	5	4	4	4	17
85	5	5	5	4	19
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	4	3	4	3	14
89	3	4	3	4	14
90	5	5	5	5	20
91	4	3	3	4	14
92	4	4	3	4	15
93	4	3	3	3	13
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	5	20
96	3	3	3	3	12
97	5	4	5	4	18
98	5	4	4	5	18
99	4	5	4	4	17
100	4	4	3	4	15

Lampiran 3 Hasil Output Uji Instrumen

Uji Instrumen

Variabel *Tangible* (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Tangible
X1.1	Pearson Correlation	1	.492**	.468**	.542**	.806**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.492**	1	.436**	.383**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.468**	.436**	1	.439**	.742**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.542**	.383**	.439**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Tangible	Pearson Correlation	.806**	.763**	.742**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	4

Variabel *Reliability* (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Reliability
X2.1	Pearson Correlation	1	.632**	.689**	.333**	.794**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.632**	1	.762**	.471**	.850**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.689**	.762**	1	.698**	.940**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.333**	.471**	.698**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Reliability	Pearson Correlation	.794**	.850**	.940**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	4

Variabel Responsiveness (X3)

		Correlations				Responsiveness
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
X3.1	Pearson Correlation	1	.474**	.436**	.484**	.795**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.474**	1	.352**	.368**	.701**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.436**	.352**	1	.587**	.783**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.484**	.368**	.587**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Responsiveness	Pearson Correlation	.795**	.701**	.783**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	4

Variabel Assurance (X4)

		Correlations					Assurance
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
X4.1	Pearson Correlation	1	.314**	.449**	.449**	.525**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.314**	1	.252*	.383**	.432**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.001		.011	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.449**	.252*	1	.508**	.481**	.736**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.011		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.449**	.383**	.508**	1	.532**	.770**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.525**	.432**	.481**	.532**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
Assurance	Pearson Correlation	.743**	.636**	.736**	.770**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	5

Variabel *Empathy* (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Empathy
X5.1	Pearson Correlation	1	.313**	.243*	.409**	.631**
	Sig. (2-tailed)		.002	.015	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.313**	1	.525**	.425**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.002		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.243*	.525**	1	.610**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.015	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.409**	.425**	.610**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
Empathy	Pearson Correlation	.631**	.766**	.802**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	4

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	KepuasanNa sabah
Y1	Pearson Correlation	1	.499**	.590**	.557**	.803**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.499**	1	.650**	.530**	.824**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.590**	.650**	1	.487**	.842**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.557**	.530**	.487**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
KepuasanNasabah	Pearson Correlation	.803**	.824**	.842**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	4

Lampiran 4 Hasil Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64579324
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.063
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.103
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.102
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.095
		.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.650	1.523		-.427	.671		
	Tangible	.154	.118	.138	1.310	.193	.374	2.671
	Reliability	.195	.078	.214	2.512	.014	.570	1.754
	Responsiveness	.318	.113	.279	2.813	.006	.421	2.376
	Assurance	.171	.099	.168	1.735	.086	.443	2.256
	Empathy	.159	.139	.137	1.146	.255	.289	3.459

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

a. Dependent Variable: ABS_RES

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.650	1.523		-.427	.671
	Tangible	.154	.118	.138	1.310	.193
	Reliability	.195	.078	.214	2.512	.014
	Responsiveness	.318	.113	.279	2.813	.006
	Assurance	.171	.099	.168	1.735	.086
	Empathy	.159	.139	.137	1.146	.255

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 5 Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.650	1.523		-.427	.671
	Tangible	.154	.118	.138	1.310	.193
	Reliability	.195	.078	.214	2.512	.014
	Responsiveness	.318	.113	.279	2.813	.006
	Assurance	.171	.099	.168	1.735	.086
	Empathy	.159	.139	.137	1.146	.255

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 6 Hasil Output Uji Hipotesis

1. Uji T
2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	418.835	5	83.767	29.364	<.001 ^b
	Residual	268.155	94	2.853		
	Total	686.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.589	1.689

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 7 R Tabel

R tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 8 t Tabel

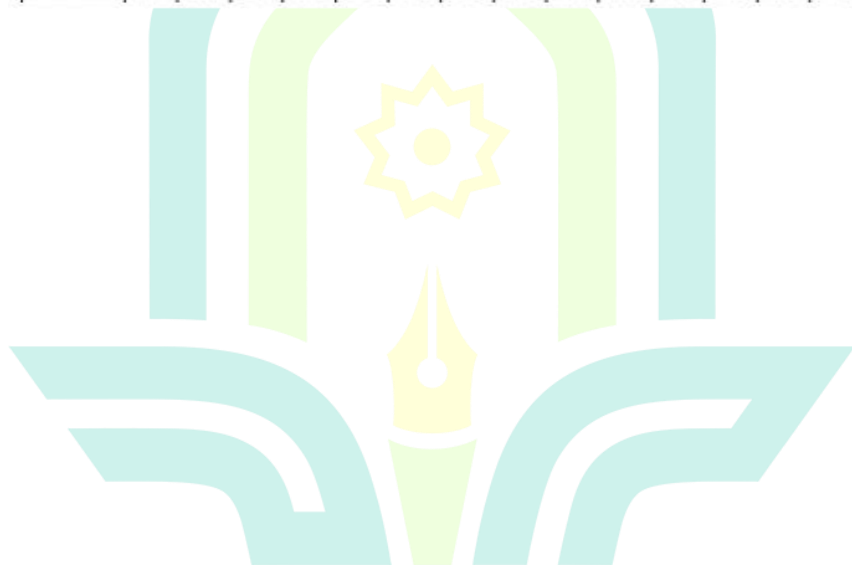
t Tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498

Lampiran 9 F Tabel

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77



Lampiran 10 Surat Pengantar Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@ungusdur.ac.id

Nomor : B-820/Un.27/J.IV.2/TL.00/06/2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian Skripsi

02 Juni 2026

Yth. Pimpinan BSI KCP Pekalongan Ambokembang
di
Jalan Raya Ambokembang No. 10, Kelurahan Ambokembang, Kecamatan Kedungwuni,
Kabupaten Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa:

Nama : Asri Dwi Lestari
NIM : 40222011
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang akan melakukan penelitian di Lembaga/Wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna menyusun skripsi/tesis dengan judul

**"PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA
BYOND BY BSI PADA GENERASI Z DI KABUPATEN PEKALONGAN"**

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon dengan hormat bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dalam wawancara dan pengumpulan data penelitian dimaksud.

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n.Dekan



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan
Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi
Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)
sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.



Lampiran 11 Surat Kesediaan Menjadi Responden

**SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI
RESPONDEN PENELITIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afiza Shandy Aulia
Usia : 22 thn
Alamat : Desa Pekuncen
Domisili : Kecamatan Wiradesa

Bersedia menjadi responden dalam penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BYOND by BSI Pada Generasi Z di Kabupaten Pekalongan”. Surat pernyataan kesediaan menjadi responden ini saya persetujui dengan ikhlas tanpa adanya unsur paksaan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Responden

Pekalongan, 30 Mei 2026



Afiza Shandy Aulia

Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

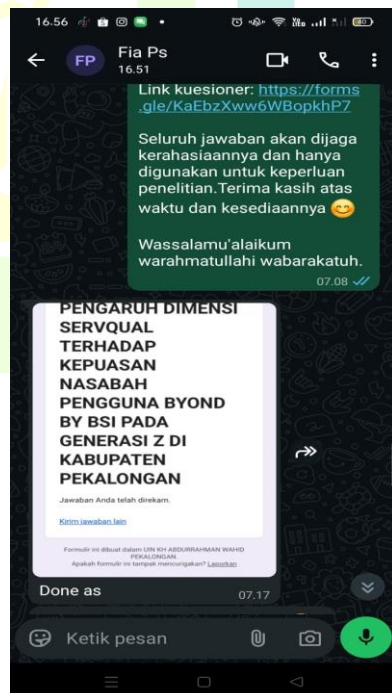
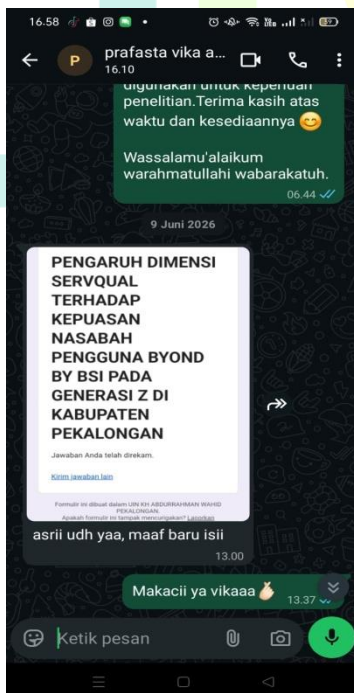
A. IDENTITAS

Nama : Asri Dwi Lestari
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 10 Oktober 2004
Alamat Rumah : Desa Wiradesa RT 01 RW 01, Kec.
Wiradesa , Kab. Pekalongan
Nomor Handphone : 085866061170
Email : asri.dwi.lestari@mhs.uingusdur.ac.id
Nama Ayah : Caridin
Pekerjaan : Pedagang
Nama Ibu : Slamet Barokah
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 02 Wiradesa, Pekalongan
SMP : SMP Negeri 01 Wiradesa, Pekalongan
SMA : SMA Negeri 1 Wiradesa, Pekalongan

Lampiran 13 Dokumentasi





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Asri Dwi Lestari
NIM : 40222011
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
E-mail address : asri.dwi.lestari@mhs.uingusdur.ac.id
No. Hp : 085866061170

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

"Pengaruh Dimensi SERVQUAL Terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna BYOND by BSI di Kabupaten Pekalongan"

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 15 Juli 2026



Asri Dwi Lestari

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD