

## Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna Byond by BSI

Marabona Munthe

Misbahul Munir

Universitas Muhammadiyah Riau

Email: [marabonamunthe@umri.ac.id](mailto:marabonamunthe@umri.ac.id), [munirmh.d808@gmail.com](mailto:munirmh.d808@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to assess the level of customer satisfaction in using the Byond by BSI application in Riau Province. It also aims to determine the influence of service quality, product quality, convenience, and security on customer satisfaction. The research method used quantitative data analysis using a Multiple Linear Regression approach. The results indicate that customer satisfaction with Byond by BSI in Riau Province is relatively high. This can be seen from the high number of satisfaction responses from respondents, in terms of service quality with a significant value of 0.001 with a positive regression value of 0.183%, product quality with a significant value of 0.001 with a regression value of -0.244%, ease of use with a significant value of 0.001 with the highest regression value of 0.458%, and security with a significant value of 0.002 with a regression value of 0.206%.*

**Keywords:** *Byond by BSI, Customer, Satisfaction level.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI di provinsi Riau dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan Byond by BSI, dan untuk mengetahui seberapa puasnyas nasabah dalam menggunakan *Byond by BSI*. Metode penelitian analisis data menggunakan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan Regresi Linier Berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah pengguna *Byond by BSI* di Provinsi Riau sudah relatif sangat puas. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian bahwa banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari jawaban responden, dari segi kualitas layanan dengan nilai signifikan 0,001 dengan nilai regresi positif sebesar 0,183%, kualitas produk dengan nilai signifikan 0,001 dengan nilai regresi -0,244% kemudahan penggunaan dengan nilai signifikan 0,001 dengan nilai regresi tertinggi sebesar 0,458%, dan keamanan dengan nilai signifikan 0.002 dengan nilai regresi sebesar 0,206%.

**Kata kunci:** *Byond by BSI, Nasabah, Tingkat kepuasan.*

### PENDAHULUAN

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah yang terkemuka di tingkat global begitu terbuka, selain kinerja yang selalu akan

bertumbuh positif, dukungan yang diberikan pemerintah indonesia memiliki misi lahirnya industri halal dan memiliki bank syariah diakui secara nasional, karna faktanya indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang ikut membuka peluang. Hal ini membuktikan bahwa internet sangat berpengaruh terhadap manusia sehingga semakin hari manusia semakin membutuhkan internet dalam kehidupan sehari-hari. Saat bank swasta maupun pemerintah di indonesia beromba-lomba menawarkan produk unggulan yang mereka punya. Kini layanan layanan yang berfungsi untuk mendukung berbagai kegiatan nasabah perbankan yaitu menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Mobile banking hadir sebagai salah satu layanan yang berbasis teknologi informasi yang ditawarkan oleh Bank. Adanya tingkat permintaan nasabah bank untuk layanan ini yang dirasakan, sama seperti layanan ATM serta SMS banking. Mobile banking ini hadir untuk nasabah yang ingin merasakan layanan cepat, aman, nyaman murah, sedia setiap waktu dimanapun kapanpun dan dapat diakses melewati perangkat mobile yang nasabah miliki. Layanan mobile banking ini dapat menyediakan semua tuntutan tersebut. Mobile banking merupakan salah satu cara utama bagi bank untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik dan menyediakan beragam jenis layanan mobile banking yang mempermudah nasabah untuk bertransaksi perbankan. Cara terbaik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan adalah dengan menawarkan layanan perbankan yang menarik kepada nasabah (Abdul dan Mulkan 2020).

Kenyamanan dan efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi BSI Mobile mempunyai keterbatasan tersendiri, namun di balik itu BSI telah meluncurkan aplikasi terbaru yakni Byond by BSI dimana aplikasi ini sebagai pengganti BSI Mobile untuk memberikan layanan yang lebih baik, desain yang lebih modern dan fitur yang lebih lengkap. Byond by BSI diharapkan mampu memberikan pengalaman perbankan digital yang lebih optimal bagi nasabah.

Gunardi (2024), menjelaskan DNA yang tertanam pada Byond by BSI merupakan inovasi yang akan terus berkembang sesuai kebutuhan masyarakat yang dinamis yang terus meningkat, seperti kemudahan, kecepatan, kenyamanan tapi juga berfokus pada keamanan transaksi, Sesuai tagline-nya #Semua Jadi Mudah, didukung teknologi dan infrastruktur IT yang mumpuni karena mencakup pengembangan teknologi baru, peningkatan keamanan siber, dan infrastruktur. Sebagai aplikasi super apps, Byond by BSI hadir dengan teknologi yang lebih baik dengan user interface (UI)

dan userexperience (UE) yang lebih canggih dan lebih fresh, sehingga dapat terus memenuhi kebutuhan nasabah yang lebih sophisticated, yang semakin hari terus semakin dinamis sesuai dengan perkembangan zaman sekarang ini.

Berdasarkan ulasan yang didapatkan melalui ulasan yang ada di instagram, Byond by BSI memiliki ulasan yang positif dan negatif dari penggunanya, Byond by BSI masih memiliki banyak kekurangan pada aplikasi yang membuat pengguna memberikan *rating* yang kecil. Byond by BSI masih sering mengalami kendala yang ditemukan masih banyak permasalahan seperti tidak adanya *inbox* pada fitur m-info di beberapa pengguna, tampilan *user interface* yang kurang menarik, kesulitan dalam melihat riwayat transaksi, serta mengalami hilang saldo namun data tidak dapat dimutasi rekening, sehingga permasalahan-permasalahan tersebut membuat pengguna kurang puas dalam pengguna aplikasi Byond by BSI. (Zuliestiana & Setiawan, 2022) juga menyebutkan dalam penelitian bahwa masih terdapat beberapa kendala pada aplikasi Byond by BSI diantaranya masih sering terjadi *error*, *mainten*, dan tidak dapat melakukan transaksi, serta kesulitan dalam melakukan login aplikasi. Hal tersebut sering terjadi pertanyaan dari nasabah bahwa ketika terjadi kendala seperti apa yang akan dilakukan orang penyedia produk dari hal ini kita bisa melihat seberapa puas nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut (Zuliestiana & Setiawan, 2022).

Pihak bank syariah indonesia selalu menyakinkan nasabah akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah bahwa mobile banking Byond by BSI sebelum diluncurkan telah melalui beberapa fase percobaan guna mengantisipasi kendala-kendala ketika penggunaan mobile banking Byond by BSI oleh seluruh nasabah, dengan adanya uji coba baik secara internal maupun eksternal termasuk uji coba ketahanan juga telah dilakukan sehingga upaya pembobolan sistem aplikasi byond by bsi tidak dapat ditembus oleh hacker. Dan ketika login pada mobile banking byond by bsi juga membutuhkan password yang rumit yang terdiri dari angka, huruf dan simbol dan tersedia fingerprint (sidik jari). Hal tersebut merupakan upaya pihak bank syariah indonesia dalam memperhatikan keamanan data-data nasabah (Hery 2024).

**Tabel 1.1 Jumlah nasabah Dan Pengguna Byond KC.Sudirman 1**

KC Sudirman 1	2023	2024	2025
Total Nasabah	35.010	38.660	40.109
Total Rekening	41.572	46.130	48.442
Pengguna Byond			8.516

Sumber: laporan harian bsi

Aplikasi mobile banking merupakan produk financial technology berupa dompet digital yang sistemnya sudah terhubung dengan internet, sehingga kemudahan penggunaannya untuk melakukan segala macam transaksi. Proses pengisian saldo dan penggunaannya yang mudah, menarik lebih banyak minat konsumen/nasabah untuk beralih menggunakan dompet digital ketimbang transaksi secara fisik. Selain itu, jaminan keamanan yang diberikan dompet digital ini juga memberikan pengaruh yang cukup kuat dan signifikan terhadap konsumen/nasabah untuk mengubah sistem transaksinya. Namun dompet digital (Byond by BSI) ini memiliki kelebihan dan kekurangan, yang alahkan baiknya dipertimbangkan sebelum akhirnya menggunakan aplikasi byond by bsi. Misalnya biaya transaksi yang diperlukan, kemudian ada biaya saat melakukan transaksi, (Kumalasari 2022).

Kepuasan nasabah merupakan harapan yang diinginkan oleh seluruh penyedia layanan begitu juga dengan bank syariah indonesia, pihak bank tentunya penting untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking (Byond by BSI) bank syariah indonesia. Apakah adanya layanan mobile banking byond by bsi ini nasabah merasa puas dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, karena yang terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan yang tidak dibatasi dalam waktu bertransaksi dan tanpa harus mengunjungi kantor bank terlebih dahulu tempat mereka menjadi nasabah. Oleh karena itu, dengan pihak bank mengetahui mengenai tingkat kepuasan selama nasabah menggunakan mobile banking Byond by BSI bank syariah indonesia. Maka pihak bank dapat memperhatikan hal apa saja yang dikeluhkan oleh nasabah baik itu pada kualitas produk, kualitas layanan, kemudahan pengguna/penggunaan dan keamanan pengguna. Dan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kemajuan dan perkembangan khusus bagi Bank Syariah Indonesia (Nurbaiti, 2020).

## LITERATUR REVIEW

Kenyamanan dan efisiensi transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi BSI Mobile namun masih memiliki kekurangan oleh karena itu, BSI telah meluncurkan aplikasi terbaru

dan terpercaya yakni BYond by BSI sebagai pengganti BSI Mobile untuk memberikan layanan yang lebih baik, desain yang lebih modern dan fitur yang lebih lengkap. BYond by BSI diharapkan mampu memberikan pengalaman perbankan digital yang lebih optimal bagi nasabah, (Imama, Efendib, Aldila 2025).

Faktor utama penentu kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah terhadap kualitas jasa. Semakin baik kualitas jasa yang diberikan maka secara langsung kepuasan nasabah juga akan meningkat. Oleh karena itu bank menyediakan layanan mobile banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan (Mauliddina et al., 2022).

Freddy Rangkuti dan Dwinurpitasari (2019), mengatakan bahwa kepuasan nasabah di pengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

- 1) Kualitas layanan (*service quality*)
- 2) Kualitas produk (*product quality*)
- 3) Harga (*price*)
- 4) Faktor situasi (*situational factor*)
- 5) Faktor pribadi

Indikator untuk mengukur kepuasan nasabah, menurut Indrasari (2019:) adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- 3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

Sedangkan, menurut Kotler (2005), ada 3 indikator kepuasan nasabah yaitu

- 1) Sistem penanganan keluhan dan saran konsumen Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan luas pada konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
- 2) Sistem survei reputasi perusahaan Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung.

- 3) Sistem analisis konsumen Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah melakukan transaksi dan berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah field research (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode kuantitatif. Dimana peneliti akan membahas secara umum dan melakukan pengumpulan data tentang kualitas produk, kualitas layanan, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah dimana nilai nasabah sebagai mediasi dengan cara menyebarkan kuesioner. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hanya menggambarkan isi suatu variabel dalam penelitian, tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu. Dengan demikian dapat diketahui bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan, mengkaji, dan menjelaskan suatu fenomena dengan data (angka) apa adanya tanpa bermaksud menguji sesuatu hipotesis tertentu (Sulistyawati et al., 2022). Kuesioner disebar pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sudirman 1. Dalam penelitian ini sampel diambil adalah nasabah Bank BSI KC Sudirman 1 yang menggunakan aplikasi Byond by BSI.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sudirman 1 yang menggunakan Byond by BSI, pada saat ini pengguna Byond by BSI. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Pada bagian ini disajikan hasil pengolahan dan analisis data berdasarkan kuesioner yang telah dikumpulkan dari 100 responden pengguna aplikasi Byond by BSI di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman 1 Kota Pekanbaru. Seluruh proses analisis statistik dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dan terstruktur menggunakan bantuan *software* SPSS versi 27.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Penggunaan SPSS 27 bertujuan untuk memastikan keakuratan pengolahan data dan menghindari potensi kesalahan hitung dalam proses analisis. Melalui perangkat lunak ini, peneliti melakukan berbagai tahapan pengujian statistik, mulai

dari uji validitas dan reliabilitas, hingga analisis regresi linier berganda yang mencakup uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Seluruh hasil pengujian statistik yang diperoleh menjadi dasar untuk menginterpretasikan hubungan antara variabel bebas (kualitas layanan, kualitas produk, kemudahan, dan keamanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah), sebagaimana dijabarkan secara rinci pada bagian-bagian selanjutnya.

## **Hasil Uji Kualitas Data**

### **Uji Validitas**

Uji kualitas data dalam penelitian ini terdiri atas dua tahap penting, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Tahapan pertama, yaitu uji validitas, bertujuan untuk mengukur sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mencerminkan dan mengukur variabel yang dimaksud. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel pada taraf signifikansi 0,05.

Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga derajat kebebasan (*degree of freedom/df*) dihitung dengan rumus  $n - 2 = 100 - 2 = 98$ . Berdasarkan  $df$  tersebut dan taraf signifikansi 5% (0,05), maka nilai  $r$  tabel yang digunakan sebagai acuan adalah 0,165. Dengan demikian, setiap item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai  $r$  hitung  $> 0,165$ .

### **Uji Reliabilitas**

Tahapan selanjutnya dalam pengujian kualitas data adalah uji reliabilitas, yang bertujuan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi internal dari butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Uji ini dilakukan guna memastikan bahwa setiap indikator dalam variabel penelitian memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika direspon oleh partisipan yang sama.

Instrumen dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* yang berada di atas nilai ambang batas tertentu. Berdasarkan pendapat Imam Ghozali (2013), suatu instrumen dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,70$ . Nilai tersebut mencerminkan bahwa indikator dalam suatu variabel memiliki tingkat keterandalan yang memadai untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:



Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi, yakni berada jauh di atas nilai ambang batas minimum 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini tergolong reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Secara rinci, variabel Kualitas Layanan (X1) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,957, diikuti oleh Kualitas Produk (X2) dengan nilai 0,961, dan Kemudahan (X3) dengan nilai 0,977. Selanjutnya, variabel Keamanan (X4) menunjukkan nilai 0,974, dan terakhir, variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai 0,922. Nilai-nilai yang sangat tinggi ini mengindikasikan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang sangat baik dalam mengukur masing-masing variabel.

### **Hasil Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data residual memiliki sebaran yang normal atau tidak. Metode yang digunakan adalah uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, yang umum digunakan dalam uji normalitas. Data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*p-value*) yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Adapun hasil pengujian disajikan dibawah ini:

Karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan analisis regresi dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

#### **Uji Multikolonieritas**

Keberadaan gejala multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dengan memperhatikan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai-nilai ini digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear yang tinggi antar variabel independen dalam model. Adapun hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Ketidaksamaan tersebut, jika terjadi, dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien meskipun masih tetap konsisten.



Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu analisis visual melalui *scatterplot* dan uji statistik Glejser. *Scatterplot* digunakan untuk melihat pola penyebaran titik residual secara visual, sedangkan uji Glejser dilakukan untuk menguji hubungan antara nilai absolut residual dengan variabel independen.

Apabila pola pada *scatterplot* menunjukkan penyebaran yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, serta nilai signifikansi pada uji Glejser lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Berdasarkan hasil uji, seluruh variabel independen menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu: kualitas layanan (X1) sebesar 0,167, kualitas produk (X2) sebesar 0,393, kemudahan (X3) sebesar 0,099, dan keamanan (X4) sebesar 0,622. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, dan model dinyatakan memenuhi asumsi klasik.

## **Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

### **Uji Simultan (F)**

Setelah dilakukan pengujian asumsi klasik, langkah selanjutnya dalam analisis regresi adalah uji simultan (uji F). Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang terdiri dari kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), kemudahan (X3), dan keamanan (X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji simultan (uji F) yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen, yaitu kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), kemudahan (X3), dan keamanan (X4) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai F hitung sebesar 85,604 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Uji Hipotesis (t)**

Setelah melakukan uji simultan (uji F), langkah selanjutnya dalam analisis regresi adalah melakukan uji parsial, yang dikenal sebagai uji t. Uji ini bertujuan untuk

mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y).

Dalam penelitian ini, variabel independen yang diuji meliputi, yaitu kualitas layanan (X1), kualitas produk (X2), kemudahan (X3), dan keamanan (X4). Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) ≥ 0,05, maka variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil dari uji t ini akan memberikan gambaran seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen secara terpisah. Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

$$Y = 2,492 + 0,183X_1 - 0,244X_2 + 0,458X_3 + 0,206X_4 + \varepsilon$$

Dari persamaan di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 2,492 menunjukkan bahwa apabila keempat variabel independen (kualitas layanan, kualitas produk, kemudahan, dan keamanan) bernilai nol, maka tingkat kepuasan nasabah tetap berada pada angka 2,492.
- b. Variabel kualitas layanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,183, yang berarti jika kualitas layanan meningkat sebesar 1%, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,183.
- c. Variabel kualitas produk (X2) memiliki koefisien regresi -0,244, artinya setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 % justru akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,244.
- d. Variabel kemudahan (X3) menunjukkan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,458, yang berarti bahwa peningkatan kemudahan penggunaan aplikasi Byond by BSI sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,458.
- e. Variabel keamanan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,206, yang berarti setiap peningkatan persepsi terhadap keamanan sebesar 1% akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,206.

Langkah selanjutnya untuk mengetahui apakah suatu variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen adalah dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan dari uji regresi. Jika nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05,

maka variabel independen tersebut dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan data yang ditampilkan pada Tabel 4.8, dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,183 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai Sig. < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Variabel kualitas produk (X2) memiliki nilai koefisien -0,244 dan nilai signifikansi 0,001. Meskipun pengaruhnya signifikan, tanda negatif menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.
- c. Variabel kemudahan (X3) menunjukkan nilai koefisien 0,458 dan Sig. 0,001, yang berarti kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta memiliki kontribusi pengaruh terbesar di antara variabel lainnya.
- d. Variabel keamanan (X4) memiliki nilai koefisien 0,206 dengan nilai signifikansi 0,002, sehingga dapat disimpulkan bahwa keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Secara keseluruhan, keempat variabel independen dalam model ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan arah pengaruh yang sebagian besar positif, kecuali kualitas produk yang menunjukkan arah pengaruh negatif. Temuan ini memperkuat relevansi masing-masing variabel dalam membentuk kepuasan pengguna aplikasi Byond by BSI.

### **Uji Koefisien Determinasi**

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen berdasarkan variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk *Adjusted R Square*, dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. Semakin tinggi nilai *Adjusted R Square*, maka semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati nol, maka kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel sangat lemah.

Dalam penelitian ini, uji  $R^2$  dilakukan untuk menilai seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,774, maka memiliki arti bahwa variabel Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kemudahan, dan

Keamanan memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 77,4% terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Adapun sisanya, yaitu 22,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis regresi parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ), dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan koefisien regresi positif sebesar 0,183. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan melalui aplikasi Byond by BSI, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Kualitas layanan dalam aplikasi digital banking mencakup kecepatan respons, keramahan pelayanan, akurasi informasi, dan kemudahan dalam mengakses bantuan. Ketika layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi nasabah, baik dari sisi teknis maupun emosional, maka akan terbentuk perasaan puas dan loyal terhadap penyedia layanan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Khairati (2022) yang menyatakan bahwa pengguna aplikasi Mobile Banking Action di Bank Aceh Syariah merasa sangat puas terhadap aspek layanan, dengan capaian skor sebesar 87,27%. Ini menunjukkan bahwa dalam konteks layanan keuangan berbasis aplikasi, dimensi kualitas layanan tetap menjadi pilar utama dalam membangun persepsi positif nasabah. Selain itu, penelitian Azzahra (2024) juga memperkuat bahwa pada layanan BSI Mobile di KCP Payakumbuh, meski pasca insiden keamanan, dimensi reliability dan assurance masih menjadi aspek yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Konsistensi hasil ini menunjukkan bahwa layanan yang responsif, akurat, dan informatif tidak hanya menjadi harapan dasar nasabah, tetapi juga menjadi elemen pembeda di tengah persaingan layanan perbankan digital, khususnya dalam konteks perbankan syariah di Indonesia.

### **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) memberikan pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,244 dan signifikansi 0,001. Meskipun secara statistik pengaruhnya signifikan, arah hubungan yang negatif mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi terhadap produk tidak serta-merta meningkatkan kepuasan nasabah, bahkan justru

menurunkannya. Fenomena ini dapat dimaknai sebagai adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi nasabah terhadap fitur aplikasi dengan performa aktual yang mereka alami. Fitur-fitur aplikasi yang terlalu kompleks, tidak intuitif, sering mengalami gangguan teknis, atau belum optimal dalam mendukung transaksi syariah bisa memicu frustrasi pengguna, yang kemudian menurunkan tingkat kepuasan.

Meskipun kualitas produk adalah komponen penting dalam layanan digital, perlu adanya evaluasi berkala dari sisi *user experience* (UX), *user interface* (UI), dan kelengkapan fitur untuk memastikan bahwa persepsi kualitas tidak menjadi sumber ketidakpuasan. Penelitian ini mendorong perlunya pendekatan berbasis desain partisipatif (*participatory design*) dalam merancang produk digital perbankan syariah.

### **Analisis Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kemudahan (X<sub>3</sub>) merupakan variabel yang paling kuat memengaruhi kepuasan nasabah, dengan koefisien regresi tertinggi sebesar 0,458 dan signifikansi 0,001. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dalam mengakses, memahami, dan menggunakan fitur-fitur aplikasi menjadi penentu utama dalam membentuk kepuasan nasabah.

Kemudahan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan login, keterbacaan menu, efisiensi navigasi, serta kejelasan instruksi transaksi. Dalam digital banking, pengguna tidak hanya menginginkan layanan yang canggih, tetapi juga yang sederhana, cepat, dan tidak membingungkan. Hal ini menjadi lebih krusial bagi pengguna dengan tingkat literasi digital yang bervariasi. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Yulianti (2024) yang menegaskan bahwa kemudahan transaksi memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile di Jabodetabek. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa di antara semua variabel, kemudahan memberikan dampak paling besar terhadap loyalitas pengguna. Selain itu, temuan Nugroho (2023) dan Octavia (2022) yang menggunakan pendekatan EUCS juga menempatkan ease of use sebagai determinan utama dalam kepuasan pengguna layanan keuangan berbasis teknologi.

Pengembangan aplikasi perbankan syariah harus memastikan kesederhanaan dalam antarmuka pengguna dan logika menu, agar sesuai dengan harapan pengguna lintas segmen usia dan latar belakang digital. Kepuasan yang dihasilkan dari kemudahan penggunaan juga akan meningkatkan kemungkinan loyalitas dan advokasi merek secara organik.

### **Analisis Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Variabel keamanan (X4) juga menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,206 dan signifikansi 0,002. Ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap tingkat keamanan data pribadi dan transaksi mereka menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan terhadap aplikasi Byond by BSI. Keamanan mencakup perlindungan terhadap kebocoran data, enkripsi transaksi, penggunaan fitur OTP, autentikasi biometrik, dan sistem pengamanan ganda (*two-factor authentication*). Dalam era digital yang penuh risiko siber, nasabah sangat memperhatikan jaminan keamanan sebagai bentuk perlindungan hak mereka sebagai pengguna layanan digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Azzahra (2024) yang meneliti kepuasan nasabah BSI KCP Payakumbuh pasca insiden peretasan. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa meskipun pernah terjadi pelanggaran keamanan, nasabah tetap merasa puas selama sistem perlindungan yang diterapkan menunjukkan transparansi dan keandalan. Keamanan tidak hanya dilihat dari teknologi yang digunakan, tetapi juga dari komunikasi risiko, mitigasi masalah, dan keterbukaan dalam menghadapi insiden digital. Oleh karena itu, institusi keuangan syariah harus terus meningkatkan sistem keamanan siber mereka, serta mengedukasi nasabah untuk memahami langkah-langkah perlindungan yang tersedia.

### **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil uji simultan (F) memperlihatkan bahwa keempat variabel independen (X1, X2, X3, X4) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai F sebesar 85,604 dan signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi dari layanan yang berkualitas, produk yang fungsional, kemudahan akses, dan jaminan keamanan merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan dalam membentuk kepuasan pengguna aplikasi Byond by BSI. Hasil ini memperkuat temuan Yulianti (2024) yang juga membuktikan bahwa kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi secara simultan memengaruhi kepuasan nasabah BSI Mobile. Dalam penelitian ini, diperoleh Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,774, yang berarti 77,4% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. Sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan holistik diperlukan dalam membangun strategi digital banking berbasis syariah. Tidak cukup hanya mengandalkan satu



elemen (misalnya layanan atau produk saja), melainkan harus ada sinkronisasi antar dimensi agar menciptakan pengalaman pengguna yang utuh dan memuaskan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman 1 Kota Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, responsif, ramah, serta didukung oleh informasi yang jelas dan akurat sangat menentukan tingkat kepuasan pengguna. Ketika nasabah merasa dihargai dan dilayani dengan baik, hal tersebut meningkatkan loyalitas serta kepercayaan terhadap layanan perbankan digital syariah.

Sementara itu, kualitas produk justru menunjukkan pengaruh negatif namun signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menandakan bahwa meskipun fitur-fitur yang disediakan aplikasi cukup beragam, sebagian pengguna masih merasa bahwa fungsionalitas dan tampilan aplikasi belum sepenuhnya memenuhi harapan. Ini memperlihatkan pentingnya perbaikan pada desain antarmuka, kejelasan fitur, dan kehandalan teknis untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Di sisi lain, kemudahan penggunaan muncul sebagai variabel yang paling dominan dan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan. Nasabah sangat menghargai aplikasi yang mudah dipahami, ringan digunakan, dan cepat dalam pemrosesan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa kesederhanaan dalam operasional aplikasi menjadi kunci utama keberhasilan layanan digital.

Selain itu, faktor keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tingginya kepercayaan terhadap sistem keamanan aplikasi, baik dalam hal perlindungan data pribadi, proses autentikasi transaksi, maupun perlindungan dari risiko digital, membentuk persepsi rasa aman yang berdampak langsung pada kepuasan pengguna. Keamanan yang andal tidak hanya menjadi faktor teknis semata, tetapi juga menjadi simbol profesionalisme dan kredibilitas bank syariah dalam era digital. Secara simultan, hasil uji F sebesar 85,604 dengan signifikansi 0,001 menunjukkan bahwa keempat variabel independen memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,774 mengindikasikan bahwa 77,4% variasi kepuasan nasabah dapat



dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan layanan digital perbankan secara komprehensif, dengan berfokus pada kualitas layanan yang prima, peningkatan mutu produk, kemudahan akses, dan sistem keamanan yang terpercaya.

## REFERENSI

- Ramadhan, M. Z. J., & Asih, V. S. (2021). Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(3), 578-583.
- Yulianti, AS, Suteja, J., Alghifari, ES, Gunardi, A., & Sarman, R. (2024). Pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan: Analisis Mediasi dan Moderasi. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi Integratif*, 13 (3), 441-450.
- Zuliestiana, D. A., & Setiawan, A. N. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Aplikasi Bca Mobile. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2),934-953.
- Hery <https://www.bankbsi.co.id/superapp-beyond-by-bsi-resmi> (2024).
- Jannah, A. M., & Hastari, D. N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M-Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Sakti Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Stie Sakti Alam Keri nci*, 12(1), 100-109.
- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). Pengaruh Penggunaan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI cabang Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 179-191.
- Imam, MA, Efendi, E., Rachman, B., Ersaputri, A., & Suhma, WK (2025). Dampak Migrasi Aplikasi BSI Mobile Ke BYond Oleh BSI: Untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan* | E-ISSN : 3063-8208 , 1 (3), 424-428.
- Pangestu, D. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. *Jurnal Muamalat Indonesia-Jmi*, 2(2), 72-86.
- Pali, K. A. K. (2000). Metodologi penelitian. *Repository. Radenfatah. Ac. IdVW* *SujarweniYogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2018• repository. Radenfatah. Ac. Id.*