



Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI Di Bandar Lampung

Analysis of the Influence of Banking Digitalization on Customer Satisfaction in Using BSI Bank in Bandar Lampung

Tomi Alifandi¹, Muhammad Iqbal Fasa²

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: Tomiali493@gmail.com¹, miqbalfasa@gmail.com,

Article history :

Abstract

Received : 24-10-2024

Revised : 26-10-2024

Accepted : 28-10-2024

Published: 30-10-2024

This study aims to analyze the impact of banking digitalization on customer satisfaction in the use of Bank Syariah Indonesia (BSI) services in Bandar Lampung. Banking digitalization is one of the innovations that continues to develop along with technological advances, which aims to improve service efficiency and make it easier for customers to make transactions. In this context, Bank BSI has implemented various digital services such as mobile banking and internet banking to improve user experience. This study uses a quantitative method with a survey approach involving 50 Bank BSI customers in Bandar Lampung. Data were collected through a questionnaire that measures customer satisfaction based on five main dimensions: ease of use, reliability, security, transaction speed, and service quality. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis techniques to determine the effect of each dimension on customer satisfaction. The results of the study show that banking digitalization has a positive and significant effect on customer satisfaction. The dimensions of ease of use and transaction speed are the most influential factors on customer satisfaction, while service security is also an important concern for users. However, there are several challenges in implementing digital banking, such as technical constraints and limited understanding of technology among certain customers.

Keywords: *banking digitalization, customer satisfaction.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak digitalisasi perbankan terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Bandar Lampung. Digitalisasi perbankan merupakan salah satu inovasi yang terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi layanan serta memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Dalam konteks ini, Bank BSI telah menerapkan berbagai layanan digital seperti mobile banking dan internet banking untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei yang melibatkan 50 nasabah Bank BSI di Bandar Lampung. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur kepuasan nasabah berdasarkan lima dimensi utama: kemudahan penggunaan, keandalan, keamanan, kecepatan transaksi, dan kualitas layanan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sementara keamanan layanan juga menjadi perhatian penting bagi pengguna. Namun, terdapat beberapa tantangan dalam penerapan digital banking, seperti kendala teknis dan pemahaman teknologi yang masih terbatas di kalangan nasabah tertentu..

Kata Kunci: *digitalisasi banking, kepuasan nasabah.*



PENDHULUAN

Pada beberapa tahun ini, teknologi telah maju dan berimplikasi pada penggunaan dalam berbagai sektor. Teknologi sekarang bukan hanya diaplikasi, namun telah memasukiseluruh aspek kehidupan tak terkecuali perbankan yang telah mulai memanfaatkan teknologi untuk pelayanan kepada nasabah (Susilawaty & Nicola, 2020). Dengan adanya perkembangan teknologi, tentu layanan yang disediakan bank mengalami perubahan drastis yang berorientasi kepada layanan perbankan digital atau digital banking. Hal ini tentu lebih berorientasi pada kebutuhan nasabah dengan dibantu perkembangan teknologi yaitu melalui perangkat (device) dan aplikasi (software) sebagai delivery channel (Nasmah: 2020).

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang mengikuti prinsip syariah dalam semua operasi dan aktivitasnya (Aisyah, 2018; Siska et al, 2021). Perbankan syariah dicirikan oleh prinsip kemitraan dan saling menguntungkan, yang menciptakan sistem perbankan alternatif yang menguntungkan masyarakat dan bank. Dengan mengedepankan prinsip kebersamaan dan partisipasi dalam produksi, serta meniadakan aktivitas spekulatif dalam transaksi keuangan, sistem ini akan mengutamakan faktor-faktor yang terkait dengan keadilan transaksi dan investasi yang beretika (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Sama halnya dengan banyak bisnis lainnya, sektor perbankan syariah berkembang sebagai akibat dari perubahan perilaku nasabah, meningkatnya ekspektasi, adopsi teknologi baru, dan digitalisasi bisnis dan masyarakat pada umumnya (Rahmayati, 2021).

Dalam aspek sosial, pemberlakuan pembatasan aktifitas masyarakat juga berpengaruh pada sektor transportasi. Masyarakat yang ingin melakukan perjalanan ke luar daerah diharuskan memenuhi persyaratan yang terbilang cukup rumit yang berakibat pada penurunan jumlah pengguna jasa. Begitu juga dalam sektor pariwisata, Pembatasan mobilitas memaksa para pengelola pariwisata untuk sementara menutup tempat-tempat wisata yang selama ini ramai dikunjungi oleh wisatawan, minimal dengan membatasi jumlah pengunjung. Jika kita perhatikan, kedua contoh diatas mengalami masalah yang sama, yaitu penurunan jumlah konsumen, dan sebagaimana kita ketahui, penurunan jumlah konsumen tentunya berpengaruh langsung pada penurunan jumlah pendapatan. Oleh karena itu, diperlukan suatu system yang dapat menjadi solusi bagi masalah masalah tersebut.

Dalam bidang usaha restoran, pemesanan secara online tentu membutuhkan sistem yang mampu mendukung jalannya transaksi digital, baik itu pada e-commerce, pembelian, hingga metode pembayarannya. Pada sektor transportasi, untuk mengurangi jumlah pengguna jasa, misalnya dengan mengurangi kuota, maka diperlukan adanya sistem informasi berupa finansial technology yang mampu menghubungkan pelanggan dengan penyedia jasa transportasi, baik dari pemesanan tiket, maupun metode pembayarannya. Sama halnya dengan sektor pariwisata, teknologi finansial yang memadai juga sangat diperlukan untuk mengatasi masalah-masalah finansial akibat pembatasan fisik karena pandemi. (Gunagama et al., 2020).

Seiring berkembangnya teknologi, metode transaksi mengalami perubahan. Masyarakat semakin terbiasa melakukan berbagai aktifitas transaksi keuangan secara digital. Sebagai contoh, aktifitas pembayaran, pengiriman uang, permodalan, asuransi, hingga manajemen bisnis dan saham. Aktifitas-aktifitas tersebut kini sudah bisa dilakukan melalui layar smartphome. Menurut Kasali, hal ini merupakan indikasi terjadinya shifting dan disrupsi, gejala-gejala lainnya juga dapat dilihat pada menjamurnya produk jasa-jasa keuangan berbasis platform investasi online seperti



bibit, stockbit, pluang daan sejenisnya yang semakin dekat dengan masyarakat (Kasali, 2022). Lebih dalam lagi, sekat-sekat birokrasi untuk pembayaran semakin dapat ditembus dengan banyaknya jenis uang digital, seperti dana, link aja, ovo, gopay, dan shopepay yang banyak digunakan oleh kalangan milenial. Layanan-layanan digital ini hadir dengan membawa budaya baru, yaitu free onlineculture yang mengarahkan Masyarakat kepada suatu era yang menjamin kepraktisan, kemudahan, keberwarnaan, dan kegembiraan (Sudiby, 2021). Inilah yang menyebabkan m-banking tetap relevan pada masa pandemi.

Perbankan digital terus memiliki ketertarikan tersendiri di kalangan konsumen di seluruh dunia, terutama di kalangan milenial yang lekatdengan kemajuan teknologi yang lebih mudah dan praktis. Kemudahan ini terlihat diberbagai bidang seperti transportasi, pemasaran, dan berbagai transaksi online lainnya. Sesuai dengan kebutuhan generasi milenial, akses akan menjadi mudah dan nyaman dengansmartphone yang semakin canggih. Gaya hidup milenial saat ini lebih dinamis dan cenderung mengabaikan kondisi keuangan sebelum melakukan transaksi. Kebanyakan orang tertarik dengan berbagai penawaran seperti promosi belanja online dan diskon tanpa mempertimbangkan prioritas mereka. perbankan digital menawarkan layanan yang mirip dengan perbankan tradisional. Bedanya, semua layanan perbankan ditangani secara individual melalui aplikasi *smartphone banking*. Nasabah dapat menggunakan perbankan digital untuk memperoleh layanan keuangan sendiri (*self-service*), dibandingkan datang ke bank secara langsung (Anggraeni et al, 2021).

PT Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang telah menerapkan layanan perbankan digital sehingga nasabah dapat terus bertransaksi. Tiga bank Indonesia Bank BRISyariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BNI Syariah bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia memiliki kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia (Ulfa, 2021). Menurut data dari Bank Syariah Indonesia, jumlah pengguna layanan perbankan digital meningkat, dimulai dengan internet banking dan mobile banking dibandingkan dengan pengguna layanan secaralangsung ke cabang Bank Syariah Indonesia, yang juga mengalami penurunan selama pandemi covid - 19 (Mayasari, 2021).

Tabel 1. Jumlah Pengguna Mobile Banking BSI

No	Keterangan	Q2 2021	Q3 2021	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022
a.	Jumlah Pengguna MobileBanking BSI	2 JUTA	2,5 JUTA	3,77 JUTA	4,07 JUTA	4,44 JUTA

(Sumber : Laporan Keuangan Kuartal BSI tahun 2021 – 2022)

Berdasarkan tabel di atas pada kuartal I tahun 2021 sampai dengan kuartal III 2022, jumlah pengguna BSI Mobile terus tumbuh menjadi 4,44 juta pengguna, meningkat sekitar 43% per tahun. BSI mobile memiliki banyak fitur menarik seperti pembukaan rekening online, tarik tunai tanpa kartu ATM, top up e-wallet, layanan syariah. Bank Syariah Indonesiaberkomitmen untuk terus berinovasi dalam penyediaan layanan digital, dibuktikan dengan hadirnya aplikasi BSI mobile.



Literatur Riview

Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi informasi. Layanan ini merupakan salah satu cara bagi bank memberikan nilai tambah kepada pelanggan sebagai bonus. Mobile banking memiliki dampak langsung pada penerimaan konsumen terhadap teknologi ini. Layanan perbankan yang disediakan oleh bank, juga dikenal sebagai mobile banking. Kemudahan perbankan serta efektivitas dan efisiensi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. Mobile Banking tidak akan berfungsi apabila perangkat media smartphone tidak didukung. Hal ini bertujuan untuk memudahkan siapa saja yang memiliki ponsel untuk berdagang kapan saja, di mana saja. Tidak seperti layanan perbankan lainnya, mobile banking adalah yang paling cepat berkembang. Bahkan, evolusi ini disebabkan adanya layanan mobile banking yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mengutamakan mobilitas (Aziz et al, 2020).

Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989) Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah suatu derajat atau keadaan bahwa seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha (no effort). Menurut Jogiyanto, (2007) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem teknis mudah digunakan. Dari kedua definisi tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa suatu sistem teknis dapat digunakan dengan mudah atau mudah. Yuli, (2013) berpendapat bahwa teknologi mempengaruhi persepsi masyarakat tentang betapa mudahnya menggunakannya dengan menggunakan perintah yang mudah ditemukan dan dipahami. Dimensi Kegunaan yang Dirasakan yakni: Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut serta Sistem mudah digunakan (Davis, 1989).

Kepercayaan

Kepercayaan adalah disposisi subjektif untuk percaya pada terjadinya suatu tindakan yang konsisten dengan asumsi positif. Dengan demikian, kepercayaan dipastikan ketika tingkat kemampuan, kebajikan, dan integritas yang cukup ditemukan dalam sistem tertentu. Kepercayaan ditemukan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi, karena berbanding terbalik dengan risiko (Kumar & Sharma, 2020).

Keamanan

Albashrawi & Motiwalla (2019) menyebutkan bahwa pelanggan keamanan data menjadi perhatian utama bank ketika nasabah berinteraksi dengan aktivitas mobile banking. Tujuan utama pelanggan adalah untuk merahasiakan data, uang, dan transaksi bank mereka daripada memegang uang tunai yang lebih berisiko; dengan demikian, pelanggan puas ketika privasi mereka aman. Bank wajib memelihara pertukaran data elektronik; Studi dari Iran menyebutkan bahwa keamanan informasi merupakan bagian penting dari sistem mobile banking bagi nasabah bank (Safarpour, 2016).

Penggunaan mobile banking apabila seseorang percaya bahwa aplikasi tersebut dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Para nasabah Nasabah mengharapkan keuntungan saat melakukan tugas rutin dan pekerjaan setelah menggunakan mobile banking. Manfaat tersebut diukur berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi



yang berjalan. Oleh karena itu, Tingkat kemanfaatan/kegunaan mobile banking mempengaruhi sikap pelanggan terhadap sistem. Tiana & Rifani (2019) mengemukakan bahwa manfaat yang ditawarkan mobile banking antara lain: keamanan transaksi, penggunaan yang aman setiap saat, kerahasiaan informasi yang terjamin, keamanan sistem aplikasi, keandalan layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, kemudahan memahami menu aplikasi, kemudahan mengunduh aplikasi, sistem operasional, dan penghematan waktu. Hasil penelitian Febrianet al. (2021) menunjukkan bahwa manfaat yang ditawarkan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Manfaat baik yang ditawarkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan; manfaat yang ditawarkan antara lain peningkatan fitur finansial, fitur sosial, dan fitur spiritual yang menjadi ciri BSI.

Fitur Produk syariah

Fitur mobile banking meliputi layanan informasi (saldo, perubahan rekening, laporan mutasi kartu kredit, lokasi cabang/ATM terdekat). Layanan transaksi seperti transfer uang, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, asuransi internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya. Suryani, (2017) siapa yang lebih mampu memahami keinginan nasabahnya dan menerjemahkan keinginan tersebut dalam wujud produk atau jasa yang unggul, adalah yang akan memenangkan persaingan. Mobile banking merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya didukung dengan kenyamanan dan fitur yang menarik.

METODE PENELITIAN

Menurut Sekaran dan Bougie, kuesioner merupakan salah satu teknik survei yang paling umum digunakan dalam penelitian bisnis dan manajemen. Dalam buku *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, mereka menyebutkan bahwa kuesioner sangat cocok untuk mengumpulkan data dari populasi yang besar. Penelitian dengan menggunakan kuesioner memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang konsisten dari responden, yang kemudian dapat diolah untuk analisis statistik. Kuesioner juga memberikan fleksibilitas dalam hal jenis pertanyaan yang diajukan, mulai dari pertanyaan tertutup hingga pertanyaan terbuka. (Sekaran & Bougie (2020)

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang sudah pernah menggunakan mesin digital di PT Bank Syariah Indonesia di bandar lampung yang berjumlah 50 nasabah. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh yaitu teknik mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel. Berikut responden berdasarkan jenis kelamin dan usia:

Tabel 2.
Responden Berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	jumlah	presentasi
1	Laki-Laki	32	64%
2	Perempuan	18	36%



Tabel 3.
Responden Berdasarkan Usia

Nc	Usia	Jumla h	Presenta se
1	< 25 Tahun	43	86%
2	26-40 Tahun	6	12%
3	41-50 Tahun	1	2%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarluaskan berhasil menjangkau 50 responden nasabah BSI di wilayah Bandar Lampung. Berdasarkan data demografis, mayoritas responden berusia kurang dari 25 hingga 40 tahun (90%), dengan jenis kelamin seimbang antara laki-laki dan perempuan. Sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir sarjana (S1) dan berprofesi sebagai pekerja swasta atau wirausaha.

Tingkat penggunaan layanan digital Bank BSI

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 85% orang yang menjawab menggunakan layanan digital banking BSI secara aktif, baik melalui aplikasi mobile banking BSI maupun internet banking, sebagian besar untuk transaksi biasa seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan cek saldo. Sementara itu, 15 persen orang yang menjawab mengatakan bahwa mereka jarang atau sama sekali tidak menggunakan layanan digital banking karena mereka tidak memahaminya.

kemudahan penggunaan layanan

Menurut hasil survei, 78% peserta menganggap layanan digital banking BSI mudah digunakan. Mereka menyatakan bahwa faktor utama yang memengaruhi pikiran positif tentang kemudahan penggunaan aplikasi adalah antarmuka aplikasi yang sederhana dan yang mudah. Namun, 22% dari peserta menyatakan bahwa mereka menghadapi kesulitan dalam menggunakan fitur tertentu, terutama fitur yang lebih lengkap seperti pembukaan rekening online dan pengelolaan investasi syariah.

Keamanan

Dalam proses menggunakan layanan keuangan digital, keamanan merupakan komponen yang sangat penting. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 85% orang yang menjawab merasa cukup yakin dengan tingkat keamanan layanan digital banking BSI. Salah satu faktor yang meningkatkan rasa aman mereka adalah fitur autentikasi ganda, atau autentikasi dua faktor, dan pemberitahuan transaksi. Namun, 15% orang yang menjawab tetap khawatir tentang kemungkinan kebocoran data dan serangan siber, menunjukkan bahwa meskipun fitur keamanan sudah ada, pelanggan masih khawatir tentang keamanan data mereka. Karena tidak mungkin suatu program tidak ada serangan hacker dari luar.

Kemudahan akses dan kecepatan transaksi

Salah satu faktor utama yang mendorong 80% responden untuk menggunakan layanan digital banking adalah kemudahan akses, yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, 75% orang yang menjawab menunjukkan bahwa mereka



lebih suka melakukan transaksi melalui layanan digital banking karena kecepatan transaksinya jauh lebih cepat daripada melakukan transaksi secara manual atau dikantor cabang.

Kepercayaan terhadap bsi pengalaman pengguna bsi, promosi edukasi

90% orang yang mensurvei berfokus pada faktor kepercayaan mereka terhadap BSI sebagai institusi perbankan syariah yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Pengalaman pengguna yang baik, seperti antarmuka aplikasi yang mudah digunakan dan kemudahan navigasi, mendorong 85% peserta untuk terus menggunakan layanan digital BSI. Sebanyak 15% orang yang menjawab mengatakan bahwa mereka pernah mengalami masalah teknis, seperti aplikasi yang tidak berjalan dengan cepat, gagal login, atau transaksi yang tertunda, yang membuat beberapa pelanggan ragu untuk menggunakan layanan digital secara terus- menerus. Selain itu, tingkat adopsi aplikasi digital banking dipengaruhi oleh promosi BSI melalui media sosial dan instruksi kepada nasabah tentang cara menggunakannya. Sebanyak 45% orang yang menjawab mengatakan bahwa memiliki informasi yang jelas tentang cara menggunakan layanan digital membuatnya lebih mudah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) Bandar Lampung menggunakan digital banking dengan tingkat yang cukup tinggi. Sebagian besar pelanggan telah menggunakan layanan digital untuk keperluan sehari-hari mereka, terutama untuk transaksi perbankan biasa. Kedua alasan utama yang mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan bank digital BSI adalah kemudahan akses dan kecepatan transaksi. Selain itu, kepercayaan pelanggan terhadap BSI sebagai bank syariah yang aman dan sesuai dengan prinsip syariah juga memainkan peran.

Meskipun sebagian besar pelanggan puas dengan layanan digital BSI, masih ada masalah yang perlu ditangani. Beberapa pelanggan mengalami kesulitan menggunakan aplikasi digital, terutama mereka yang tidak terbiasa dengan teknologi. Selain itu, masalah teknis dan kekhawatiran keamanan. Oleh karena itu, BSI harus terus meningkatkan sistem keamanan dan mengajarkan nasabah lebih baik bagaimana menggunakan layanan digital banking.

Selain itu, BSI harus mempertimbangkan pengalaman pelanggan dengan layanan keuangan digital. Dengan antarmuka yang mudah digunakan dan navigasi yang jelas, lebih banyak orang akan menggunakannya dan merasa lebih nyaman. Selain itu, perlu ada peningkatan promosi dan pelatihan tentang fitur-fitur baru yang ada dalam aplikasi agar pelanggan dapat memanfaatkan layanan digital secara optimal. Dari perspektif keamanan, sebagian besar pelanggan merasa aman, tetapi adanya kekhawatiran dari sebagian kecil pelanggan menunjukkan bahwa BSI harus lebih banyak berkomunikasi tentang tindakan keamanan yang telah diambil. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan digital banking dan mengurangi keraguan mereka terhadap potensi risiko siber.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Bandar Lampung sangat disukai oleh nasabah dan sangat digunakan. Namun, BSI dapat terus meningkatkan kualitas layanan digital banking dan memperluas adopsinya di kalangan nasabah dengan mengatasi tantangan yang masih ada, terutama terkait edukasi pengguna, kendala teknis, dan kekhawatiran keamanan. Ini dapat dicapai dengan meningkatkan edukasi, memperkuat infrastruktur, dan mengkomunikasikan langkah-langkah keamanan dengan lebih baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, M. (2018). Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), 367–388. <https://doi.org/10.15408/aiq.v10i2.7135>.
- Albashrawi, M., & Motiwalla, L. (2019). Privacy and Personalization in Continued Usage Intention of Mobile Banking : An Integrative Perspective. *Information System Frontiers*, 21(5), 1031–1043.
- Anggraeni, R., Hapsari, R., & Muslim, N. A. (2021). Examining Factors Influencing Consumers Intention and Usage of Digital Banking: Evidence from Indonesian Digital Banking Customers. *Asia Pacific Management and Business Application*, 009(03), 193–210. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2021.009.03.1>
- Aziz, M. A., Hartati, N., & Yusup, D. K. (2020). Pengaruh Beban Biaya Transaksi dan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. 1–10. <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/31614>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Febrian, D., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The Effect of Benefits Offered and Customer Experience on Re-use Intention of Mobile Banking through Customer Satisfaction and Trust. J.
- Gunagama, M. G., Naurah, Y. R., & Prabono, A. E. P. (2020). Pariwisata Pascapandemi: Pelajaran Penting dan Prospek Pengembangan. *LOSARI : Jurnal Arsitektur Kota Dan Pemukiman*. <https://doi.org/10.33096/losari.v5i2.76>.
- Jogiyanto, H. (2007). Sistem informasi keperilakuan. andi offset.
- Kasali, R. (2022). The Great Shifting.
- Kumar, S., & Sharma, M. (2020). International Journal of Information Management Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services : An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44(October 2018), 65–75.
- Mayasari, S. (2021). transaksi perbankan melalui digital banking terus meningkat ditengah pandemi. kontan.co.id.
- Nasmah, N. (2020). Peningkatan Minat Nasabah Melalui Layanan Internet Banking BRI Ujung Lero (Analisis Manajemen Syariah) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Otoritas Jasa Keuangan.
- Rahmayati, R. (2021). Competition Strategy in the Islamic Banking Industry: An Empirical Review. *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 2(2), 65–71. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v2i2.133>.
- Safarpour, M. (2016). Identification and ranking the barriers to adoption and development of electronic banking in Iran. *Procedia Economics and Finance*, 36(2008), 374–380.
- Sudiby, A. (2021). Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Suryani, T. (2017). Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global. Prenada Media.
- Tiana, I. M., & Rifani, R. Y. P. A. (2019). Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan Positive Word OfMouth (Wom).



Journal of Applied Business and Economic, 5(4), 351–364.

Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>.

Yuli, winayu nunik. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Minat menggunakan E- Commerce Forum Jual Beli Kaskus (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta). universitas negeri Yogyakarta