Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital
Volume 2, Nomor 2 Mei 2025
e-ISSN: 3046-7748, p-ISSN: 3046-7764, Hal 245-261
DOI : https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i3.744
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMABEDI

Analisis Kepuasan Nasabah Memilih *Byond By* BSI Berdasarkan Kualitas Layanan dan Keamanan Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang

Indyra Muthia Amanda[1], Markoni Badri[2], Claudya Nurcahaya[3]
[1-3] Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia
Email: mutiaamandaa23@gmail.com[1], markonibadri667@gmail.com[2], claudya.nurcahaya@polsri.ac.id[3]*

Alamat: Jl. Srijaya Negara, Bukit Lama, Kota Palembang, Sumatera Selatan
*Korespondensi penulis: mutiaamandaa23@gmail.com**

Abstract. *This study aims to analyze customer satisfaction with the Byond by BSI service at PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang KM 6, focusing on the influence of service quality and security. The research population consisted of 2,800 customers, with a sample of 97 respondents selected through purposive sampling. A quantitative approach was employed, using a structured questionnaire as the primary data collection instrument. The collected data were analyzed using multiple linear regression, accompanied by instrument testing, classical assumption testing, as well as t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The findings reveal that both service quality and security have a significant impact on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The results indicate that customer satisfaction is not only determined by responsive, accurate, and accessible service quality but is also strongly influenced by the reliability of the security system provided. The regression coefficient shows that security has the most dominant effect, with a value of 0.427, which is higher than the influence of service quality. This highlights that the sense of safety in conducting digital transactions is the primary concern for customers when using Byond by BSI services. The implications of this study emphasize the importance for banks to continuously improve the quality of digital services, particularly in terms of responsiveness, speed of access, and ease of use of the application. In addition, strengthening digital security mechanisms, including customer data protection, transaction encryption, and early detection of potential cyber threats, is crucial in building and maintaining customer trust. The study further underlines the need for continuous improvement in both service quality and security systems as a key strategy to address the challenges of digital banking transformation in an increasingly competitive environment. Therefore, this research contributes to the development of Islamic banking management strategies that focus on customer satisfaction and loyalty in the digital era.*

Keywords*: Byond by BSI, Customer Satisfaction, Digital Banking, Security, Service Quality.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan nasabah terhadap layanan Byond by BSI di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang KM 6 dengan fokus pada pengaruh kualitas layanan dan keamanan. Populasi penelitian terdiri dari 2.800 nasabah, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan instrumen berupa daftar pertanyaan (kuesioner). Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda, yang dilengkapi dengan pengujian instrumen penelitian, pengujian asumsi klasik, serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya bergantung pada mutu layanan yang responsif, akurat, dan mudah diakses, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh keandalan sistem keamanan yang diterapkan. Koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel keamanan memberikan pengaruh yang lebih dominan dengan nilai sebesar 0,427, lebih tinggi dibandingkan dengan pengaruh kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa rasa aman dalam transaksi digital menjadi prioritas utama bagi nasabah dalam menggunakan layanan Byond by BSI. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi bank untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital, terutama dalam hal responsivitas, kecepatan akses, dan kenyamanan penggunaan aplikasi. Selain itu, penguatan mekanisme keamanan digital, termasuk perlindungan data nasabah, enkripsi transaksi, serta deteksi dini terhadap potensi ancaman siber, menjadi aspek yang krusial dalam membangun kepercayaan nasabah. Studi ini juga menekankan urgensi perbaikan

Received: Juli 22, 2025; Revised: Agustus 05, 2025; Accepted: Agustus 19, 2025; Published: Agustus 22, 2025

berkelanjutan terhadap kualitas layanan dan sistem keamanan sebagai strategi utama dalam menghadapi tantangan transformasi digital perbankan yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi manajemen perbankan syariah yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah di era digital.

Kata kunci: Byond by BSI, Keamanan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan, Perbankan Digital.

1. LATAR BELAKANG

Salah satu elemen terpenting dalam menjaga kepuasan nasabah dan memperoleh keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif adalah transformasi digital. Perkembangan teknologi mendorong sektor perbankan untuk berinovasi, khususnya melalui Layanan perbankan *mobile* mempermudah pengguna dalam melaksanakan transaksi yang aman dan efisien (Hernandez & David, 2022). Berdasarkan data Bank Indonesia (2024), transaksi digital di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, di mana transaksi digital mencapai 34,5 miliar atau meningkat 36,1% dari tahun sebelumnya, yang mencerminkan meningkatnya adopsi layanan *digital* oleh masyarakat.

Bank berbasis syariah yang mempunyai potensi terbesar di Indonesia seperti PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) turut berinovasi dengan peluncuran *Byond by* BSI, aplikasi *mobile banking* terbaru yang menggantikan BSI *Mobile*. Kehadiran aplikasi *Byond* ini dianggap sebagai terobosan dan transformasi yang luar biasa, terbukti *byond* telah dioperasikan untuk melakukan transaksi dengan jumlah keseluruhan mencapai 15 juta kali (BSI, 2025). Migrasi dari BSI *Mobile* ke *Byond by* BSI juga berlangsung dalam waktu singkat, dengan jumlah pengguna yang melakukan aktivasi meningkat secara signifikan dalam beberapa bulan pertama setelah peluncuran.

Meski demikian, sejak peluncurannya, aplikasi ini menghadapi beberapa kendala teknis, seperti kegagalan transaksi, gangguan sistem, dan penurunan kepuasan pengguna, yang terlihat dari banyaknya ulasan negatif di *platform digital* (*playstore*, 2025) Hal ini menunjukkan pentingnya evaluasi terhadap kualitas layanan.

Pada sisi keamanan, aplikasi ini menawarkan fitur-fitur eksklusif, seperti *fraud detection system (*FDS) dan *hardware security module* (HSM) (BSI, 2024) Peristiwa serangan ransomware pada Mei 2023 yang dialami oleh BSI semakin menegaskan pentingnya penguatan sistem keamanan siber dalam layanan perbankan *digital*. Serangan tersebut menyebabkan lumpuhnya layanan BSI selama beberapa hari dan kebocoran data pribadi 15 juta nasabah (CNN Indonesia, 2023). Hal ini memperkuat urgensi penelitian terhadap bagaimana kualitas layanan dan keamanan sistem memengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks layanan digital perbankan.

Kualitas layanan dan keamanan menjadi dua aspek krusial dalam layanan *mobile banking*. Kualitas seperti *tangible, responsibility, respponsiveness, assurance*, dan *empathy* merupakan komponen-komponen dari layanan berkualitas tinggi (Parasuraman dalam Tjiptono, 2019), sedangkan aspek keamanan meliputi prinsip *confidentiality, integrity,* dan *availability* (Rahardjo, 2017). Keduanya berkontribusi terhadap tingkat kepuasan nasabah, yang merupakan indikator utama keberhasilan sebuah layanan perbankan digital (Lase dkk., 2023).

Tingkat kepuasan terhadap pelanggan antar nasabah *Byond by* BSI khususnya di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang Km 6 merupakan tujuan penelitian. Selanjutnya, dipengaruhi oleh kualitas layanan dan keamanan. Pemilihan objek ini didasarkan pada pengalaman langsung peneliti, sehingga memiliki pemahaman mendalam mengenai implementasi perbankan digital secara nyata.

Ketidakkonsistenan telah ditemukan dalam sejumlah studi sebelumnya. Menurut penelitian oleh Rahmawati & Widhian (2023) dan Lase dkk. (2024), kepuasan nasabah sangat disebabkan adanya keamanan serta kualitas layanan. Namun, penelitian lain seperti Febrianti dkk. (2022) menghasilkan temuan yang berbeda, terletak pada kualitas layanan terbukti tidak memberikan pengaruh substansial terhadap kepuasan dan Nurdin dkk. (2020) menghasilkan hasil yang kontradiktif, dengan keamanan yang terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Penelitian ini memiliki kebaruan terletak pada fokus kajiannya terhadap *Byond by* BSI, sebuah aplikasi mobile banking yang baru diluncurkan dan sedang dalam tahap transisi dari aplikasi sebelumnya. Penelitian ini menjadi relevan karena belum banyak studi yang secara khusus menyoroti *Byond by* BSI dalam konteks keamanan dan dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, temuan penelitian ini diharapkan berkontribusi pada aspek praktis dan akademis dalam konteks pengembangan layanan digital perbankan syariah yang lebih responsif dan andal.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Layanan

Kualitas layanan menjadi upaya perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan standar pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pendekatan ini menekankan pentingnya kepekaan terhadap kebutuhan dan harapan setiap individu, di mana kualitas layanan tidak hanya diukur dari segi teknis, tetapi juga dari kemampuan perusahaan dalam membangun

pengalaman yang bermakna dan memuaskan bagi pelanggan, bahkan melebihi ekspektasi pelanggan (Kasmir, 2017).

Secara umum, kualitas mengacu pada realisasi atau bagaimana suatu konsep yang diinginkan. Sebagai hasilnya, layanan didefinisikan sebagai representasi dari layanan yang diberikan dalam konteks kualitas layanan. Beberapa fitur dan atribut khusus yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah termasuk dalam representasi ini (Thabroni, 2022). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa fitur-fitur komprehensif yang memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan merupakan indikator layanan berkualitas tinggi (Kotler dan Keller, 2016).

Pengukuran terhadap kualitas layanan, penting untuk mempertimbangkan lima dimensi, yaitu tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance dengan penjelasan sebagai berikut (Pasuraman dkk dalam Tjiptono, 2019) :

1 Bukti Fisik (*Tangible*) berpedoman terhadap produk fisik, ketersediaan fasilitas fisik, sarana komunikasi, dan perlengkapan lain yang diperlukan dalam pelaksanaan layanan.
2 Kehandalan (*Reliability*) termasuk kapabilitas dalam menyediakan layanan sesuai janji secara saksama, efisien dan akurat.
3 Daya Tanggap (*Responsiveness*) Menunjukkan kesiapan untuk menangani keluhan, memberikan layanan pelanggan yang cepat dan ramah, serta menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dipahami.
4 Jaminan (*Assurance*) bertujuan untuk menghilangkan ketidakpastian pelanggan, mencakup pengetahuan, keterampilan, keramahan, kesopanan, dan kepercayaan dalam interaksi interpersonal.
5 Empati (*Empathy*) menggambarkan karakteristik dan kemampuan untuk memprioritaskan pelanggan, memudahkan kontak, dan berkomunikasi dengan efektif dan memahami kebutuhan individual untuk mendukung penggunaan ulang dan pelayanan di masa mendatang.

B. Keamanan

Kapabilitas dalam melindungi dan mengelola data, termasuk informasi perusahaan dan pribadi pelanggan, dari pencurian, kejahatan siber, dan kerusakan akibat peretasan selama transaksi merupakan pengertian keamanan (Erina, 2021). Pelanggan yang memiliki keamanan yang baik dapat dipercaya maka pihak yang tidak mempunyai kewenangan tidak dapat mengakses, mengarsip, atau mengubah informasi pribadi mereka (Lubis dan Lukman, 2023).

Keamanan dipandang sebagai elemen yang ditawarkan oleh para pelaku usaha, baik dalam bentuk produk maupun layanan, yang berperan penting dalam menciptakan rasa aman dan memperkuat kepercayaan nasabah (*customer trust*), yang memicu pertumbuhan penjualan (Siregar, 2021).

Berdasarkan inisial dari masing-masing istilah, ketiga indikator utama keamanan—kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan secara kolektif disebut sebagai prinsip CIA, seperti dijelaskan di bawah ini (Rahardjo, 2017).

1 Kerahasiaan (*Confidentiality*)

Kerahasiaan berkaitan dengan perlindungan informasi agar hanya dapat diakses oleh pihak yang memiliki otorisasi. Aspek ini sering kali dikaitkan dengan privasi, terutama dalam konteks data pribadi. Ancaman terhadap kerahasiaan dapat berupa aktivitas penyadapan melalui jaringan, penggunaan keylogger untuk merekam input pengguna, maupun pencurian perangkat penyimpanan data. Upaya untuk menjaga kerahasiaan umumnya dilakukan melalui penerapan kriptografi dan pembatasan akses, seperti segmentasi jaringan.

2 Integritas (*Integrity*)

Integritas menekankan bahwa data harus tetap utuh dan tidak mengalami perubahan tanpa izin dari pihak yang berwenang. Serangan terhadap integritas bisa terjadi melalui metode seperti *man-in-the-middle*, di mana data disadap saat proses transmisi, dimodifikasi, lalu diteruskan ke penerima tanpa diketahui.

3 Ketersediaan (*Availability*)

Ketersediaan merujuk pada kemampuan sistem untuk tetap dapat diakses saat dibutuhkan. Dalam lingkungan yang sangat bergantung pada teknologi informasi, gangguan terhadap ketersediaan dapat menyebabkan kerugian serius, baik secara finansial maupun dalam bentuk lainnya.

C. Kepuasan Nasabah

Keadaan emosional positif atau negatif yang muncul ketika kinerja atau hasil suatu produk dibandingkan dengan ekspektasi dikenal sebagaikepuasan nasabah. Dalam perspektif ini, kepuasan nasabah dianggap sebagai standar tinggi yang menjadi tujuan utama bagi perusahaan dan merupakan kebutuhan dalam strategi pemasarannya (Kotler dkk, 2021)

Penilaian emosional konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan produk serta konsumen berharap dikenal sebagaikepuasan nasabah (Daryanto dan Setyobudi, 2019).

Kepuasan nasabah adalah komponen utama yang mendorong hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah. Oleh karena itu, tingkatkepuasan nasabah terkait erat dengan loyalitas pelanggan, dan ini dapat memberikan nilai yang signifikan bagi kedua belah pihak yakni pelanggan dan Perusahaan (Kotler dan Amstrong, 2018).

Indikator kepuasan nasabah mencakup berbagai aspek yang dapat diuraikan secara terstruktur, sebagai berikut (Tohari, 2024):

1 Kesesuaian Harapan

Derajat koherensi antara kinerja secara langsung dirasakan oleh pelanggan dan kinerja yang mereka harapkan, termasuk:

a. Kepuasan terhadap produk maupun jasa dapat diterima sesuai dan juga melebihi harapan.
b. Pelayanan yang memenuhi atau melampaui ekspetasi.
c. Fasilitas pendukung yang sebanding atau melampaui harapan

2 Keinginan Berkunjung Kembali

Keinginan pelanggan untuk membeli kembali barang atau menggunakan jasa yang sebanding, melibatkan:

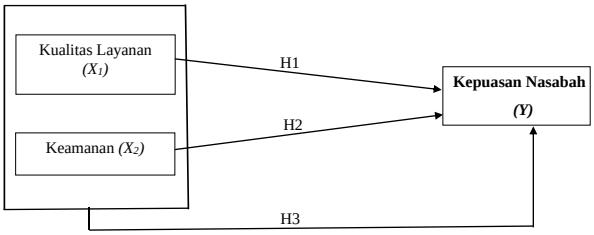
a. Keinginan untuk kembali berkunjung karena pelayanan yang memuaskan.
b. Niat melakukan kunjungan berulang sebagai konsekuensi dari nilai dan keuntungan produk atau jasa yang diterima.
c. Keinginan untuk melakukan kunjungan ulang karena tersedianya sarana pendukung yang memadai.

3 Kesiapan untuk Memberikan Rekomendasi

Kecenderungan pelanggan untuk merekomendasikan barang maupun jasa yang telah digunakan oleh rekan dan sejawat meliputi:

a. Mendorong rekan dan sejawat agar melakukan pembelian produk sebagai akibat dari adanya kepuasan pelayanan.
b. Menganjurkan rekan dan sejawat agar membeli barang maupun jasa yang ditunjang oleh sarana pendukung yang memadai
c. Mengajukan saran kepada rekan dan sejawat agar membeli produk atau jasa sebab keuntungan dan nilai yang diberikan setelah membeli barang atau jasa tersebut.

Hubungan antar variabel pada studi ini digambarkan pada kerangka model berikut:



Sumber: Hasil Olah Penulis (2025)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Keterangan Hipotesis:

H1: Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y)

H2: Keamanan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y).

H3: Kualitas layanan (X_1) dan keamanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menguji secara empiris dampak kualitas layanan serta kenyamanan mengenai kepuasan terhadap nasabah pemakai Byond by BSI di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang KM 6, yang ditunjang dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Penelitian dilaksanakan menggunakan teknik survei dengan daftar pertanyaan sebagai instrumen utama. Proses analisis data dilakukan secara statistik melalui penerapan regresi linear berganda untuk mengidentifikasi dominasi dari setiap variabel secara parsial dan juga simultan.

Populasi penelitian ini terdiri dari 2.800 nasabah yang menggunakan aplikasi Byond by BSI di PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang KM 6. Sebanyak 97 responden diperoleh dengan menerapkan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel pada tingkat kesalahan 10%. Dengan implementasi metode yakni non-probability sampling, terutama teknik purposive sampling.

Data primer sebagai data penelitian. Responden diberikan daftar pertanyaan secara langsung untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Untuk memberi nilai moneter pada data kuantitatif yang diaplikasikan secara strategi analisis regresi linier berganda di penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a) Hasil Uji Validitas

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Item Pertanyaan	r-$_{hitung}$	r-$_{tabel}$
X1.1	0,554	0,2027
X1.2	0,591	0,2027
X1.3	0,555	0,2027
X1.4	0,554	0,2027
X1.5	0,583	0,2027
X1.6	0,656	0,2027
X1.7	0,557	0,2027
X1.8	0,611	0,2027
X1.9	0,639	0,2027
X1.10	0,629	0,2027

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Semua item dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 1, yang menunjukkan r-$_{hitung}$ di atas 0.2027, yang menunjukkan bahwa semua item valid. Dengan demikian, seluruh komponen absah, dan layak dipakai untuk alat ukur dalam langkah berikutnya dari analisis.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Keamanan (X2)

Item Pertanyaan	*r-hitung*	*r-tabel*
X2.1	*0,742*	*0,2027*
X2.2	*0,734*	*0,2027*
X2.3	*0,679*	*0,2027*
X2.4	*0,619*	*0,2027*
X2.5	*0,698*	*0,2027*
X2.6	*0,716*	*0,2027*

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Semua item dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel Keamanan (X1) memiliki validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 2, yang menunjukkan r-$_{hitung}$ di atas 0.2027, yang menunjukkan bahwa semua item valid. Dengan demikian, seluruh komponen absah, dan layak dipakai untuk alat ukur dalam langkah berikutnya dari analisis.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Item Pertanyaan	*r-hitung*	*r-tabel*
Y.1	*0,679*	*0,2027*
Y.2	*0,768*	*0,2027*
Y.3	*0,685*	*0,2027*
Y.4	*0,672*	*0,2027*
Y.5	*0,639*	*0,2027*
Y.6	*0,810*	*0,2027*

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Semua item dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki validitas yang ditunjukkan dalam Tabel 3, yang menunjukkan r_{hitung} di atas 0.2027, yang menunjukkan bahwa semua item valid. Dengan demikian, seluruh komponen absah, dan layak dipakai untuk alat ukur dalam langkah berikutnya dari analisis.

b) Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	Nilai Alpha
Kualitas Layanan (X1)	0,794	0,60
Keamanan (X2)	0,790	0,60
Kepuasan Nasabah (Y)	0,804	0,60

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 4 memperlihatkan nilai Cronbach's Alpha sebagai variabel kesenangan pelanggan (Y), keamanan (X2), dan kualitas layanan (X1) lebih tinggi dari ambang batas 0,60. Sebagai hasilnya, setiap komponen dalam studi ini layak untuk alat ukur dianggap reliabel dan dapat diandalkan.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	97
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200[c,d]

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 5 memperlihatkan uji normalitas dengan penerapan Kolmogorov-Smirnov sehingga memperoleh signifikansi sebesar 0,200. Dengan demikian, pemerolehan data mampu didistribusikan karena nilai yang tercatat lebih dari tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel		*Tolerance*	*VIF*
	Kualitas Layanan (X1)	0,354	2,825
	Keamanan (X2)	0,354	2,825

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Nilai tolerance sebagai elemen kualitas Layanan (X1) serta Keamanan (X2), berdasarkan data pada Tabel 6, adalah 0,354, melebihi batas minimum 0,10. Selanjutnya, nilai VIF untuk kedua variabel memperlihatkan 2,825, yang masih di bawah batas atas 10,00. Dengan demikian, asumsi klasik tentang multikolinearitas terpenuhi karena tidak ada bukti multikolinearitas di antara variabel-variabel independen.

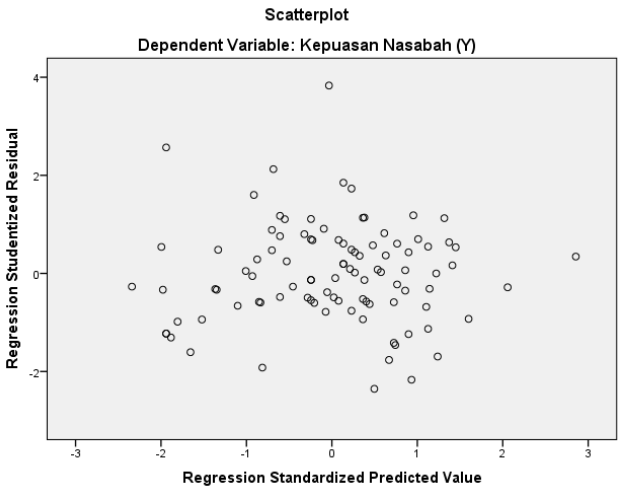
c) Uji Heterokedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	*Sig.*
Kualitas Layanan (X1)	0,971
Keamanan (X2)	0,572

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Menurut Tabel 7, nilai signifikansi variabel Kualitas Layanan (X1) memperlihatkan 0,971 dan untuk variabel Keamanan (X2) adalah 0,572, masing-masing, berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser. Asumsi ini telah terpenuhi karena tidak adanya bukti heteroskedastisitas dalam model tersebut sehingga keduanya memiliki nilai bertambah besar dari 0,05.



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025).

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Secara Grafik

Dari Gambar 2 di atas, jelas terlihat adanya persebaran titik-titik bagian atas maupun bawah angka 0 (nol), tanpa menghasilkan bentuk yang jelas. Dengan demikian, tidak adanya heteroskedastistas yang ditunjukkan oleh model regresi.

3. Hasil Uji Hipotesis

a) Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	*Koefisien (B)*		*T*	*Sig.*
(*Constant*)	1,700	1,488	1,142	0,256
Kualitas Layanan (X1)	0,303	0,076	3,974	0,000
Keamanan (X2)	0,427	0,105	4,081	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berlandaskan hasil Tabel 8 mengenai penjabaran regresi linier berganda, koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) masing-masing adalah 0,303, dan 0,427 dengan nilai konstanta sebesar 1,700. Oleh karena itu, berikut adalah model persamaan regresi yang dihasilkan:

Y = 1,700 + 0,303 X1 + 0,427 X2 + 1,488

Berdasarkan penyesuaian regresi yang sudah tercatat, dapat dibuktikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) memperlihatkan 1,700 berarti angka kepuasan nasabah pengguna *byond by* BSI (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6 adalah 1,700 jika Kualitas Layanan (X1) dan Keamanan (X2) keduanya bernilai nol.

b. Korelasi langsung antara elemen kualitas Layanan (X1) serta elemen Kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI (Y) ditunjukkan oleh nilai b1 = 0.303, yang menunjukkan bahwa b1 bersifat positif (+). Nilai b1 = 0,303 menunjukkan bahwa Kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI (Y) akan meningkat sebesar 0,303 untuk setiap peningkatan satu dalam Kualitas Layanan (X1).

c. Korelasi langsung antara elemen keamanan (X1) serta elemen kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI (Y) ditunjukkan oleh nilai b2 = 0.427, yang menunjukkan bahwa b2 bersifat positif (+). Nilai b2 = 0,427 menunjukkan bahwa Kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI (Y) akan meningkat sebesar 0,427 untuk setiap peningkatan satu dalam Kualitas Layanan (X1).

b) Uji T (Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji T

Model		*Koefisien (B)*		*t*	*Sig.*
	Kualitas Layanan (X1)	0,303	0,076	3,974	0,000
	Keamanan (X2)	0,427	0,105	4,081	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berlandaskan data yang tersaji di Tabel 9 memperoleh hasil analisis uji t dengan nilai, sebagai berikut:

a. Signifikansi 0,000, yang bertambah kecil terhadap 0,05, Tabel 9 membuktikan nilai t sebagai variabel Kualitas Layanan (X1) memperlihatkan 3,974, yang bertambah besar dari nilai t tabel memperlihatkan 1,985. Dengan demikian, hingga batas tertentu, Kualitas Layanan (X1) memperoleh dampak positif serta substansial terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Byond by BSI (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6. Hal ini karena H_0 ditolak dan H_a diterima.
b. Signifikansi 0,000, bertambah kecil terhadap 0,05, Tabel 9 membuktikan nilai t sebagai variabel Keamanan (X2) memperlihatkan 4,081, yang bertambah besar terhadap nilai t tabel memperlihatkan 1,985. Dengan demikian, hingga batas tertentu, Kualitas Layanan (X1) memperoleh dampak positif serta substansial mengenai Kepuasan Nasabah pengguna Byond by BSI (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6. Hal ini karena H_0 ditolak dan H_a diterima.

c) Uji Hipotesis F (Simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F

Model		***Sum of Squares***	***Df***	***Mean Square***	***F***	***Sig.***
	Regression	978,566	2	489,283	82,661	0,000[b]
	Residual	556,403	94	5,919		
	Total	1534,969	96			

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Tabel 10 mencatat signifikansi 0,000 bertambah kecil terhadap 0,05, nilai F yang dihitung memperlihatkan 82,661 lebih besar daripada nilai F tabel sebesar 3,10. Bermakna bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Oleh sebab itu, elemen Kualitas Layanan (X1) serta Keamanan (X2) memperoleh dampak substansial mengenai Kepuasan Nasabah Pengguna byond by pengguna BSI (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6 secara bersamaan.

d) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

R	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
0,798[a]	0,638	0,630	2,433

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Menurut Tabel 11 Kualitas Layanan (X1) serta Keamanan (X2) memiliki dampak sebesar 63,0% terhadapkepuasan nasabah pengguna Byond By BSI (Y). Komponen lain yang tidak tercatat pada studi ini menyumbang sisanya sebesar 37,0% (100% - 63,0%). Nilai Adjusted R Square semakin menjauh dari nol, menunjukkan Kualitas Layanan (X1) serta Keamanan (X2) menyimpan dampak substansial mengenaikepuasan nasabah pengguna Byond By BSI (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel Kualitas Layanan (X_1) mempunyai koefisien sebesar 0.303, membuktikan impresi positif terhadap variabelkepuasan nasabah (Y), berlandaskan hasil analisis regresi linier berganda dengan implementasi perangkat lunak SPSS. Nilai t yang terjumlah memperlihatkan 3,974 bertambah besar terhadap nilai t tabel memperlihatkan 1,985 pada jenjang signifikansi 0.000, yang bertambah kecil terhadap 0.05, berdasarkan hasil uji t. Ha diterima, memperlihatkan Kepuasan Nasabah diperoleh dari Kualitas Layanan (X_1).

Temuan ini mendukung teori SERVQUAL (Parasuraman et al., dalam Tjiptono, 2019) yang menekankan pentingnya kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi layanan. Pada uji reliabilitas, indikator tertinggi terdapat pada item X1.6 terkait kecepatan akses fitur mutasi rekening, sehingga kecepatan dan respons aplikasi perlu menjadi prioritas pengembangan layanan digital. Bahkan penelitian yang dilaksanakan oleh Dewi dkk. (2024) relevan dengan

kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Namun, temuan ini bertentangan dengan Febrianti dkk. (2022) karena tidak ditemukannya relasi signifikan terhadapkepuasan nasabah dengan kualitas layanan.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Regresi linier berganda membuktikan hasil analisisnya sebagai berikut, Variabel keamanan (X_2) membuktikan aspek positif terhadapkepuasan nasabah (Y), dengan koefisien memperlihatkan 0.427. Jenjang signifikansi 0,000, bertambah kecil terhadap 0,05, nilai t yang terjumlah berdasarkan uji t adalah 4,081, yang bertambah besar dari nilai t kritis 1,985. Akibatnya, Ha disetujui, menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah sangat dipengaruhi oleh

variabel Keamanan (X_2). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya keamanan dalam memperoleh kepercayaan pelanggan terhadap layanan online Byond by BSI. Adanya relevansi yang sepadan dengan teori Simons terhadap uraian informasi keamanan yang dilaksanakan dengan menanggulangi penipuan dalam sistem dengan informasi yang non fisik. Peningkatan sistem keamanan harus menjadi prioritas utama, karena uji keandalan menunjukkan bahwa item X2.1, yang berkaitan dengan kepercayaan pelanggan terhadap perlindungan data pribadi, memiliki indikator tertinggi. Hasil ini sepadan dengan Khotijah dkk. (2022), yang menyatakan bahwa faktor keamanan secara signifikan mempengaruhikepuasan nasabah. Namun, temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian Nurdin dkk. (2020), tidak adanya relasi antara faktor keamanan dankepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian membuktikan adanyakepuasan nasabah (Y) sehingga memperoleh aspek positif serta substansial oleh elemen Kualitas Layanan (X_1) dan Keamanan (X_2) dengan bersamaan. Jenjang signifikansi 0.000, cenderung kecil terhadap 0.05, nilai F yang dihitung memperlihatkan 82.661, yang bertambah besar terhadap nilai F tabel memperlihatkan 3.10, menggambarkan hal ini. Dengan koefisien determinasi (Adjusted R^2) memperlihatkan 0,630, kedua variabel independen tersebut menjelaskan 63% variasi dalamkepuasan nasabah, sementara elemen lain yang tidak tercacat dalam model ini mempengaruhi 37% sisanya.

Temuan ini diperkuat oleh Expectation Confirmation Theory (ECT) dan Teori Contrast mendukung temuan ini dengan menyoroti betapa pentingnya keselarasan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan (Kumar dkk., 2018; Tjiptono, 2019). Temuan ini juga sejalan dengan penelitian oleh Lase dkk. (2024) dan Rahmawati dan Widhian (2023), yang menemukan bahwa, dalam konteks layanan perbankan digital,kepuasan nasabah yang berdampak secara substansial oleh kualitas pelayanan dan keamanan yang berbenturan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kapabilitas layanan serta keamanan memiliki impresi positif dan substansial menegnai kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI, baik secara parsial maupun simultan. Variabel kapabilitas layanan terbukti meningkatkan kepuasan nasabah melalui kemudahan akses, kecepatan respon, dan ketepatan layanan yang diberikan, sementara keamanan berperan penting dalam membangun rasa percaya dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi digital. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 63% variasi kepuasan nasabah.

Dengan demikian, bagian lainnya diakibatkan karena tidak adanya penelitian terhadap adanya elemen lain. Temuan ini menegaskan jika peningkatan kualitas layanan digital yang responsif serta sistem keamanan yang andal menjadi kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif dan kepuasan yang dirasakan nasabah ketika menggunakan layanan Byond by BSI.

Kapabilitas layanan serta keamanan memiliki impresi positif dan substansial menegnai kepuasan nasabah pengguna *Byond by* BSI, baik secara parsial maupun simultan. Variabel kapabilitas layanan terbukti meningkatkan kepuasan nasabah melalui kemudahan akses, kecepatan respon, dan ketepatan layanan yang diberikan, sementara keamanan berperan penting dalam membangun rasa percaya dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi digital. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 63% variasi kepuasan nasabah. Dengan demikian, bagian lainnya diakibatkan karena tidak adanya penelitian terhadap adanya elemen lain. Temuan ini menegaskan jika peningkatan kualitas layanan digital yang responsif serta sistem keamanan yang andal menjadi kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif dan kepuasan yang dirasakan nasabah ketika menggunakan layanan *Byond by* BSI.

DAFTAR REFERENSI

Bank Indonesia. (2024). Laporan kebijakan moneter triwulan IV 2024. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/Laporan-Kebijakan-Moneter-Triwulan-IV-2024

Bank Syariah Indonesia. (2024, Februari 12). SuperApp Byond by BSI siap meluncur: Layanan makin lengkap, lebih user-friendly, semakin aman. Bank Syariah Indonesia. https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-siap-meluncur-layanan-makin-lengkap-lebih-user-friendly-semakin-aman

Bank Syariah Indonesia. (2024, Januari 30). BSI Mobile: Ujung tombak untuk tingkatkan penetrasi digital layanan keuangan terintegrasi. Bank Syariah Indonesia. https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-mobile-ujung-tombak-untuk-tingkatkan-penetrasi-digital-layanan-keuangan-terintegrasi

Bank Syariah Indonesia. (2025, Februari 12). Dua bulan diluncurkan BYOND by BSI sudah capai 3 juta user aktif. Bank Syariah Indonesia. https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/dua-bulan-diluncurkan-byond-by-bsi-sudah-capai-3-juta-user-aktif

CNN Indonesia. (2023, Mei 13). 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

Daryanto, & Setyobudi, I. (2019). Pengantar manajemen pemasaran. Yogyakarta: Gava Media.

Dewi, I. G. A. W. S. P., Astitiani, N. L. P. S., & Widnyani, N. M. (2024). The effect of e-service quality, security, and promotion on customer satisfaction of e-commerce Shopee. Journal West Science Interdisciplinary Studies, 2(9), 1699–1705.

Erina, N. (2021). Pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

Febrianti, D., Lestari, D., Salsabela, H., Ardiansyah, M. R., Sa'adah, N., Novita Sari, P. A., Imanda, R. A., & Vensca, S. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan penanganan komplain terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lamongan. Journal of Economics, Management, and Business Research, 3(1).

Hernandez, A., & David, F. (2022). Pengaruh mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank dalam transaksi sehari-hari. Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi, 1(1), 17–24.

Kasmir. (2017). Customer service excellent: Teori dan praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh keamanan, kenyamanan, kualitas layanan dan fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah pengguna mobile banking. Jurnal El-Aswaq, 3(2).

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Prinsip-prinsip marketing (Edisi ketujuh). Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (Global ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). Marketing management (16th ed.). Pearson Education.

Lase, J. D., Waruwu, F., & Zega, H. S. (2023). Pengaruh keamanan dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sumut Cabang Teluk Dalam, Kabupaten Nias Selatan. Jurnal Sistem dan Strategi Digital Marketing, 2(4), 45–57.

Lubis, D. Y., & Lukman, S. (2023). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan mobile banking. JEKSya: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2(2), 443–456.

Nurdin, dkk. (2020). Pengaruh pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah (Studi pada mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 2(1), 87–103.

Rahardjo, B. (2017). Keamanan informasi. Jakarta: PT Insan Infonesia.

Rahmawati, A., & Hardiyanti, W. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Semarang Sudiarto). Jurnal Cakrawala, 6(6), 2817–2829.

Siregar, T. H. (2021). Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen mahasiswa melalui media aplikasi Whatsapp (Naskah publikasi). Program Studi Akuntansi.

Thabroni, G. (2022). Kualitas pelayanan: Pengertian, indikator, dimensi, faktor & prinsip. Serupa.id. https://serupa.id/kualitas-pelayanan-pengertian-indikator-dimensi-faktor-prinsip/

Tjiptono, F. (2019). Service quality dan customer satisfaction (Edisi kelima). Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tohari, H. N. (2024). Kepuasan nasabah: Tinjauan melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan nasabah Bank Syariah. Indramayu: Penerbit Adab.