

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN BANK DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI INDONESIA

Izzatu Qolbi Khoiriyah Alfathoni<sup>1</sup>, Muhammad Ridwan Irawan<sup>2</sup>, Kusmiyadi Albi<sup>3</sup>,  
Siswanto<sup>4</sup>, Muhammad Syahwildan<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Pelita Bangsa

[zztqlby13@gmail.com](mailto:zztqlby13@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhammadridwanirawan07@gmail.com](mailto:muhammadridwanirawan07@gmail.com)<sup>2</sup>,

[kusmiyadialbii@gmail.com](mailto:kusmiyadialbii@gmail.com)<sup>3</sup>, [stedjadinata77@gmail.com](mailto:stedjadinata77@gmail.com)<sup>4</sup>,

[muhamad.syahwildan@pelitabangsa.ac.id](mailto:muhamad.syahwildan@pelitabangsa.ac.id)<sup>5</sup>

### **Abstract**

*The advancement of digital technology has significantly transformed the banking landscape in Indonesia, particularly through the emergence of digital banks that offer easy access, time efficiency, and service flexibility without the need for physical branches. Despite these conveniences, service quality remains a crucial factor in shaping customer satisfaction in the digital era. This study aims to examine the extent to which service quality influences customer satisfaction in digital banking in Indonesia, while also identifying the most influential service quality dimensions. This research employs a quantitative approach through an online survey involving over 100 active users of digital banking services. The survey instrument was adapted from the SERVQUAL model, modified to suit the context of fully digital services. Data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS software. The findings reveal that service quality has a significant impact on customer satisfaction. Among the five measured dimensions, responsiveness and assurance emerged as the most dominant factors. These results suggest that in a digital environment, customers place greater value on prompt, responsive service and security assurance. The novelty of this study lies in its use of a modified SERVQUAL framework tailored specifically for pure digital banking services, as well as the inclusion of a respondent sample that reflects the real-world experiences of users in today's digital transformation era. The findings provide strategic insights for digital banking providers to develop more user-centered services, thereby enhancing customer loyalty and competitiveness in the growing fintech-driven financial industry.*

**Keywords:** Digital Banking, Service Quality, Customer Satisfaction, Financial Technology, Banking Services.

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia perbankan di Indonesia, salah satunya melalui hadirnya bank digital yang menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, dan fleksibilitas layanan tanpa kehadiran kantor fisik. Meski demikian, dalam era serba digital ini, kualitas layanan tetap menjadi elemen kunci dalam membentuk kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan memengaruhi kepuasan nasabah bank digital di Indonesia, sekaligus mengidentifikasi dimensi layanan yang paling berpengaruh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring yang melibatkan lebih dari 100 nasabah aktif bank digital. Instrumen yang digunakan mengacu pada model SERVQUAL yang telah dimodifikasi agar relevan dengan konteks layanan digital. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana

dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Di antara lima dimensi yang diukur, responsiveness (kecepatan tanggapan) dan assurance (jaminan keamanan dan kepercayaan) muncul sebagai faktor dominan. Temuan ini menegaskan bahwa dalam lingkungan digital, pengguna lebih mengutamakan layanan yang cepat, responsif, dan memberikan rasa aman. Nilai kebaruan dari penelitian ini terletak pada penggunaan model SERVQUAL yang disesuaikan untuk layanan digital murni, serta cakupan responden yang menggambarkan situasi nyata pengguna di era transformasi digital. Implikasi dari hasil penelitian ini memberikan masukan strategis bagi penyedia layanan bank digital untuk mengembangkan layanan yang berorientasi pada pengalaman pengguna, guna meningkatkan loyalitas nasabah dan daya saing di tengah persaingan industri keuangan berbasis teknologi.

**Kata Kunci :** Bank Digital, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Teknologi Finansial, Layanan Perbankan.

## **I. PENDAHULUAN**

### **Definisi dan Latar Belakang Masalah**

Penyusunan jurnal ini merupakan bagian dari tugas akhir mata kuliah *Bank dan Lembaga Keuangan* yang diampu oleh Bapak Muhammad Syahwildan. Dalam perkuliahan tersebut, kami diperkenalkan pada berbagai konsep penting dalam sistem keuangan, termasuk peran bank dalam perekonomian, jenis-jenis lembaga keuangan, regulasi industri perbankan, serta dinamika perkembangan bank digital di era modern. Salah satu hal yang menarik perhatian kami adalah bagaimana teknologi mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan lembaga keuangan, khususnya melalui layanan bank digital. Dari sanalah muncul ketertarikan untuk meneliti lebih dalam mengenai kualitas layanan bank digital dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di Indonesia.

Dalam kerangka mata kuliah ini, bank tidak hanya dipelajari sebagai institusi penghimpun dan penyalur dana, tetapi juga sebagai entitas yang dituntut untuk terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Materi mengenai inovasi digital perbankan, *financial technology (fintech)*, serta konsep kepuasan dan loyalitas nasabah menjadi landasan pemikiran dalam menyusun fokus penelitian ini.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang mendasar dalam industri perbankan, terutama dengan kemunculan dan berkembang pesatnya bank digital sebuah model layanan keuangan yang tidak mengandalkan kantor fisik, melainkan sepenuhnya berbasis pada platform digital. Bank digital menawarkan kemudahan akses,

efisiensi waktu, fleksibilitas transaksi, serta pengalaman pengguna yang semakin personal. Hal ini menjadikannya pilihan utama terutama bagi generasi muda yang sangat lekat dengan teknologi.

Namun, di balik semua kemudahan tersebut, kualitas layanan tetap menjadi faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Teknologi hanyalah alat; yang terpenting adalah bagaimana layanan tersebut dirasakan, dimaknai, dan berdampak bagi penggunanya. Sejalan dengan itu, penelitian oleh Fianto et al. (2021) menunjukkan bahwa dalam konteks bank syariah digital di Indonesia, aspek seperti keamanan, kemudahan penggunaan, dan tampilan antarmuka aplikasi menjadi penentu utama dalam menciptakan kepuasan. Sementara itu, studi Tedjokusumo dan Murhadi (2022) yang mengkaji pengalaman nasabah mobile banking Bank Central Asia menyoroti pentingnya keandalan sistem dan responsivitas layanan pelanggan.

Kendati berbagai penelitian telah dilakukan, masih terdapat kesenjangan dalam literatur mengenai dimensi kualitas layanan yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah khususnya dalam konteks bank digital murni. Banyak studi terdahulu lebih fokus pada bank konvensional dan bank syariah yang sedang dalam tahap digitalisasi, bukan pada institusi bank digital yang sejak awal berdiri secara digital penuh. Selain itu, pendekatan teoritis seperti model SERVQUAL, yang umum digunakan untuk menilai kualitas layanan, belum banyak diadaptasi secara komprehensif ke dalam ekosistem layanan digital yang memiliki karakteristik berbeda, seperti real-time interaction, self-service, dan non-human interface.

Untuk itu, penelitian yang kita lakukan ini cukup penting dilakukan guna memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami sebab-sebab yang berpengaruh pada kepuasan nasabah terhadap layanan bank digital di Indonesia. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah sekaligus menjadi referensi strategis bagi pengembangan kualitas layanan bank digital di masa depan.

## **II. TINJAUAN LITERATURE**

Dalam upaya memahami kepuasan nasabah terhadap layanan bank digital, penting untuk terlebih dahulu mempelajari teori-teori yang mendasari pengukuran kualitas layanan. Sekaranag ini Salah satu teori yang paling sering dipakai dalam penelitian layanan adalah SERVQUAL, yang didevelop oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. teori ini banyak digunakan dalam mengukur kualitas layanan karena dianggap mampu menangkap harapan dan

pengalaman nyata pelanggan. Ada lima aspek utama yang menjadi dasar penilaian dalam model ini, yaitu:

1. Keandalan (Reliability) – mencerminkan kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi janji atau komitmen secara tepat dan konsisten, sehingga membangun kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
2. Daya tanggap (Responsiveness) – menggambarkan seberapa cepat dan sigap karyawan merespons permintaan atau kebutuhan nasabah, serta kesiapan mereka dalam memberikan bantuan dengan sepenuh hati.
3. Jaminan (Assurance) – berkaitan dengan pengetahuan, sikap profesional, serta keramahan petugas yang membuat nasabah merasa nyaman, percaya, dan aman selama menggunakan layanan.
4. Empati (Empathy) – menunjukkan adanya perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan masing-masing nasabah, termasuk dalam memberikan pelayanan yang terasa personal dan tidak kaku.
5. Bukti fisik (Tangibles) – meliputi tampilan visual dari fasilitas, perangkat teknologi, serta penampilan staf yang mencerminkan profesionalisme dan kualitas layanan.

Model ini awalnya dikembangkan dalam konteks layanan tradisional, namun seiring dengan berkembangnya teknologi, para peneliti mulai mengadaptasinya ke dalam bentuk yang lebih relevan dengan era digital, yaitu e-SERVQUAL.

Dalam konteks layanan perbankan digital, model SERVQUAL mengalami penyesuaian agar mampu menangkap karakteristik layanan yang serba digital, seperti interaksi tanpa tatap muka, kecepatan sistem, dan keamanan data pribadi. Penyesuaian ini terlihat jelas dalam penelitian Setyawan dan Rachmawati (2023) yang mengkaji aplikasi *MyBCA*. Mereka mengidentifikasi bahwa dimensi efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Penemuan ini menunjukkan bahwa dalam dunia digital, kecepatan layanan dan perlindungan data pribadi menjadi dua hal yang sangat diperhatikan oleh nasabah.

Sementara itu, Dharsono dan Arifin (2022) menambahkan bahwa pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital turut memengaruhi kinerja keuangan bank digital itu sendiri. Artinya, kualitas layanan digital tidak hanya berdampak pada kepuasan nasabah, tetapi juga berperan dalam menentukan keberlangsungan bisnis bank digital secara lebih luas.

Dengan demikian, perhatian terhadap pengalaman pengguna menjadi aspek yang semakin vital.

Namun demikian, telaah terhadap literatur yang ada menunjukkan bahwa belum banyak penelitian yang secara spesifik mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks bank digital di Indonesia. Kebanyakan studi masih mengadopsi model e-SERVQUAL secara umum, tanpa melakukan penyesuaian yang mendalam terhadap karakteristik unik dari layanan digital murni seperti yang ditawarkan oleh bank-bank digital yang tidak memiliki kantor cabang fisik sama sekali.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih bersifat deskriptif dan tidak membedah secara komparatif antar dimensi kualitas layanan. Padahal, untuk pengembangan strategi pelayanan yang tepat sasaran, penting bagi penyedia layanan digital untuk mengetahui dimensi mana yang paling berdampak terhadap persepsi nasabah.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, jurnal ini mencoba untuk melangkah lebih jauh dengan menganalisis secara mendalam dimensi-dimensi kualitas layanan digital serta menentukan mana yang paling dominan dalam membentuk kepuasan nasabah bank digital di Indonesia. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata baik secara teoritis dalam pengembangan model e-SERVQUAL, maupun secara praktis bagi manajemen bank digital dalam merancang strategi layanan yang unggul dan berkelanjutan.

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan bank digital terhadap kepuasan nasabah di Indonesia.
2. Mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks bank digital.
3. Mengadaptasi dan menguji model SERVQUAL dalam konteks layanan digital murni untuk memastikan relevansi dan keakuratannya.

### **Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini memberikan kontribusi penting baik dari sisi pengembangan teori maupun penerapan praktis di lapangan. Secara teoritis, studi ini memperkaya khasanah literatur dalam bidang manajemen kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks

layanan bank digital yang semakin relevan di era transformasi digital. Sebagian besar teori layanan sebelumnya masih berfokus pada interaksi tatap muka atau sistem layanan konvensional, sehingga adaptasi konsep SERVQUAL dalam format digital murni yang dilakukan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya, terutama di wilayah Asia Tenggara dan negara berkembang seperti Indonesia.

Penelitian ini juga mencoba menjawab tantangan akademik tentang bagaimana pengukuran kualitas layanan digital dapat dilakukan secara lebih akurat dan relevan dengan perilaku nasabah saat ini. Dengan mengidentifikasi dimensi layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan, penelitian ini memberikan kerangka analisis baru yang bisa digunakan dan dikembangkan oleh peneliti lain dalam studi serupa.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan insight strategis bagi pelaku industri perbankan digital, khususnya dalam menyusun prioritas pengembangan layanan. Bank digital dapat menjadikan temuan ini sebagai dasar dalam merancang layanan yang lebih responsif, aman, dan berorientasi pada kebutuhan nyata nasabah. Dengan pemahaman yang lebih tajam tentang apa yang benar-benar dihargai oleh pengguna, pengelola bank dapat mengalokasikan sumber daya dan inovasi teknologi secara lebih efektif untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.

Lebih luas lagi, kontribusi praktis dari penelitian ini juga menyasar pemangku kebijakan dan regulator. Temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan atau regulasi terkait standar pelayanan minimum bank digital, perlindungan konsumen, serta strategi inklusi keuangan digital.

Dengan demikian, kontribusi penelitian ini tidak hanya berhenti pada aspek akademik, tetapi juga berdampak nyata terhadap peningkatan kualitas layanan keuangan digital di Indonesia, menuju sistem perbankan yang lebih inklusif, adaptif, dan berdaya saing global.

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan adalah:

- H1: Kualitas layanan bank digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Indonesia.
- H2: Dimensi responsiveness dan assurance merupakan faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan nasabah bank digital di Indonesia.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih konkret bagi penyedia layanan bank digital dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan. Temuan mengenai dimensi responsiveness dan assurance sebagai faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah menunjukkan bahwa pengguna bank digital saat ini sangat menghargai kecepatan layanan, kejelasan informasi, dan jaminan keamanan dalam bertransaksi.

Implikasi ini penting bagi manajemen bank digital dalam menyusun prioritas pengembangan fitur dan layanan, bukan hanya dalam hal teknologi, tetapi juga dalam hal sistem dukungan pelanggan, transparansi informasi, serta perlindungan data pribadi. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi nasabah secara lebih mendalam, bank digital dapat menghadirkan layanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga terpercaya dan nyaman.

Selain itu, penerapan strategi yang berfokus pada dimensi layanan yang paling berpengaruh dapat menjadi kunci dalam membangun loyalitas nasabah, meningkatkan retensi pengguna, dan memperkuat reputasi merek. Di tengah industri perbankan yang semakin kompetitif, kemampuan untuk menghadirkan layanan digital yang unggul secara berkelanjutan akan menjadi pembeda utama antara satu institusi dengan yang lain.

Dengan kata lain, implikasi dari penelitian ini tidak hanya berdampak pada perbaikan operasional jangka pendek, tetapi juga mendorong pertumbuhan strategis jangka panjang bagi bank digital di Indonesia.

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas layanan bank digital terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. Studi ini dilakukan secara daring (online) dengan menjadikan nasabah aktif bank digital di Indonesia sebagai subjek penelitian. Karakteristik lokasi penelitian bersifat virtual, karena layanan bank digital tidak terbatas pada wilayah geografis tertentu, tetapi mencakup seluruh wilayah Indonesia dengan cakupan layanan berbasis aplikasi. Sumber data utama berasal dari data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aktif layanan bank digital di Indonesia. Karena populasi tidak terdefinisi secara spesifik, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria

responden adalah pengguna aktif layanan bank digital yang telah menggunakan aplikasi tersebut minimal tiga bulan terakhir, agar pengalaman mereka mencerminkan interaksi yang cukup dengan layanan digital.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online, yang dibagikan melalui berbagai platform media sosial serta forum komunitas pengguna layanan bank digital. Kuesioner yang digunakan disusun dengan mengacu pada model SERVQUAL yang telah dimodifikasi agar sesuai dengan karakteristik layanan digital masa kini. Ada lima aspek utama yang dijadikan dasar pengukuran, yaitu keandalan (reliability), respon cepat (responsiveness), jaminan keamanan (assurance), kepedulian (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Seluruh pertanyaan dalam kuesioner dijawab oleh responden menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari pilihan “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

Setelah semua data berhasil dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis secara kuantitatif dengan memanfaatkan aplikasi statistik SPSS. Teknik analisis utama yang diterapkan adalah regresi linier sederhana, untuk menguji seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sebelum masuk ke tahap analisis utama, dilakukan terlebih dahulu pengujian validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian, guna memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar layak dan konsisten. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, di mana nilai minimum sebesar 0,70 dijadikan sebagai patokan bahwa kuesioner tergolong cukup andal untuk digunakan dalam penelitian ini.

Selama proses penelitian, tantangan utama yang dihadapi adalah memastikan jumlah responden mencukupi dalam waktu pengumpulan data yang terbatas serta validitas jawaban responden yang dilakukan secara mandiri melalui media online. Untuk mengatasi hal ini, pertanyaan disusun secara jelas dan ringkas, serta disertai dengan penyaringan awal pada kuesioner untuk memastikan kualifikasi responden.

Keunggulan metode ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah penggunaan model SERVQUAL yang telah dimodifikasi secara khusus untuk konteks bank digital murni, serta pendekatan sampling yang menargetkan pengguna digital dari berbagai latar belakang demografis. Hal ini memungkinkan hasil penelitian menjadi lebih representatif terhadap perilaku nasabah di era perbankan digital saat ini.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas layanan memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank digital di Indonesia. Dari kelima dimensi kualitas layanan yang diuji menggunakan model SERVQUAL yang telah dimodifikasi, dua dimensi utama, yaitu responsiveness (daya tanggap) dan assurance (jaminan), menonjol sebagai faktor yang paling berpengaruh. Dimensi responsiveness menunjukkan nilai koefisien regresi ( $\beta$ ) sebesar 0,348 dengan tingkat signifikansi (p-value) 0,000, yang mengindikasikan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi kebutuhan nasabah sangat memengaruhi kepuasan mereka. Sementara itu, dimensi assurance juga memiliki pengaruh yang kuat dengan koefisien  $\beta$  sebesar 0,304 dan p-value 0,003, menegaskan bahwa keamanan dan kredibilitas layanan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah.

Selain itu, dimensi reliability (keandalan) turut memberikan pengaruh signifikan, meskipun dengan koefisien yang lebih rendah ( $\beta = 0,215$ ;  $p = 0,012$ ). Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dan ketepatan layanan tetap menjadi faktor penting bagi nasabah. Namun, dimensi empathy (kepedulian) dan tangibles (bukti fisik) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan p-value masing-masing sebesar 0,087 dan 0,150. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks layanan digital, nasabah cenderung lebih memprioritaskan aspek fungsional seperti kecepatan dan keamanan dibandingkan interaksi emosional atau tampilan visual aplikasi.



**Gambar 1. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2025)

**Tabel I**

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

<b>Dimensi Kualitas Layanan</b>	<b>Koefisien Regresi (<math>\beta</math>)</b>	<b>Signifikansi (p-value)</b>
Reliability	0,215	0,012
Responsiveness	0,348	0,000
Assurance	0,304	0,003
Empathy	0,142	0,087
Tangibles	0,091	0,150

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2025)

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam konteks perbankan digital, nasabah lebih mengutamakan aspek efisiensi dan keandalan layanan, sementara faktor-faktor seperti pendekatan personal atau tampilan visual memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap tingkat kepuasan mereka. Temuan ini tidak hanya sejalan dengan beberapa studi sebelumnya, tetapi juga memberikan wawasan baru mengenai perubahan preferensi konsumen di tengah pesatnya perkembangan layanan perbankan digital.

hasil penelitian mengungkapkan bahwa kecepatan respons (responsiveness) dan jaminan keamanan (assurance) merupakan dua faktor dominan yang paling berdampak pada kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan temuan Tedjokusumo dan Murhadi (2022) yang menegaskan bahwa kecepatan pelayanan dan kepastian transaksi menjadi pertimbangan utama pengguna layanan perbankan digital. Namun, hasil yang tidak signifikan pada dimensi empati (empathy) dan bukti fisik (tangibles) justru bertolak belakang dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa personalisasi layanan dan desain antarmuka turut memengaruhi persepsi pengguna. Perbedaan ini dapat dijelaskan melalui karakteristik unik layanan digital yang bersifat swalayan, di mana nasabah cenderung lebih memperhatikan aspek fungsional seperti kemudahan transaksi dan perlindungan data dibandingkan interaksi manusiawi atau estetika aplikasi.

Dengan kata lain, transformasi digital dalam industri perbankan telah menggeser prioritas nasabah dari aspek hubungan personal ke aspek utilitas dan keamanan

layanan. Temuan ini memperkuat perlunya adaptasi strategi layanan perbankan digital yang berfokus pada peningkatan kecepatan, keandalan, dan perlindungan data guna memenuhi ekspektasi nasabah di era digital.

### **Pembahasan**

Peneliti menilai bahwa perubahan perilaku konsumen digital turut memengaruhi dimensi layanan yang dinilai penting. Dalam ekosistem bank digital, interaksi nasabah lebih bersifat transaksional dan berbasis sistem, sehingga dimensi tangibles dan empathy menjadi kurang relevan dibandingkan dengan model layanan tradisional. Interpretasi alternatif yang dapat diajukan adalah bahwa ekspektasi nasabah terhadap layanan empatik atau personal dari bank digital memang lebih rendah karena seluruh proses telah digantikan oleh sistem otomatis.

Batasan utama dalam penelitian ini adalah penggunaan metode survei online yang dapat membuka kemungkinan bias responden, serta keterbatasan jumlah sampel yang tidak sepenuhnya merepresentasikan seluruh demografi pengguna bank digital di Indonesia. Oleh karena itu, validitas eksternal dari temuan ini masih perlu dikaji lebih lanjut. Namun demikian, karena responden diambil dari berbagai latar belakang dan wilayah, hasil penelitian ini memiliki potensi generalisasi yang cukup kuat untuk diterapkan pada konteks pengguna bank digital secara luas.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya bank digital menempatkan fokus utama pada dimensi layanan yang terbukti signifikan, terutama dalam meningkatkan kecepatan tanggapan dan memperkuat sistem keamanan serta kredibilitas layanan. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan responden dan mengintegrasikan pendekatan kualitatif agar dapat menggali lebih dalam persepsi dan harapan nasabah terhadap layanan digital yang bersifat dinamis dan terus berkembang.

### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah kita melakukan penelitian, kita menyimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan nasabah bank digital di Indonesia. Di tengah pesatnya transformasi layanan keuangan berbasis teknologi, temuan ini memperkuat pandangan bahwa meskipun bentuk interaksi telah bergeser dari tatap muka menjadi serba digital, esensi dari pelayanan yang baik tetap menjadi prioritas utama bagi pengguna.

Dari lima dimensi kualitas layanan yang dianalisis, responsiveness (kecepatan tanggapan) dan assurance (jaminan keamanan dan kepercayaan) terbukti sebagai dua faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan nasabah. Ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan digital, nasabah cenderung lebih menghargai layanan yang cepat, tanggap, dan memberikan rasa aman, dibandingkan dengan dimensi lain seperti empathy (pendekatan personal) maupun tangibles (penampilan fisik) yang ternyata tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Hal ini sangat masuk akal, mengingat interaksi di bank digital umumnya tidak melibatkan hubungan emosional langsung atau lingkungan fisik seperti pada layanan konvensional.

Secara teoritis, temuan ini turut memperkaya literatur mengenai kualitas layanan digital, khususnya dalam konteks industri perbankan di Indonesia. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa model SERVQUAL tetap relevan untuk digunakan dalam konteks digital, asalkan dilakukan adaptasi yang sesuai dengan karakteristik layanan non-fisik dan berbasis teknologi.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan arahan strategis bagi para pengelola bank digital. Untuk dapat bersaing dan mempertahankan loyalitas nasabah, pengembangan sistem layanan perlu difokuskan pada peningkatan kecepatan respon serta penguatan sistem keamanan dan kepercayaan pengguna. Strategi pelayanan yang berpijak pada dua dimensi ini berpotensi besar dalam meningkatkan pengalaman pengguna secara menyeluruh, yang pada akhirnya dapat mendorong tingkat kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi.

Lebih jauh, implikasi dari penelitian ini juga dapat menjadi masukan berharga bagi regulator dan perancang kebijakan layanan keuangan berbasis teknologi. Penekanan pada kualitas layanan digital yang terukur, konsisten, dan berbasis kebutuhan nyata nasabah dapat menjadi salah satu kunci dalam memperluas inklusi keuangan, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap transformasi digital di sektor perbankan

Meskipun penelitian ini berhasil mengungkap pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah bank digital, perlu disadari bahwa masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Cakupan responden yang relatif terbatas dan metode pengumpulan data yang dilakukan secara daring dapat memunculkan potensi bias partisipasi, khususnya karena tidak semua kelompok masyarakat memiliki akses atau literasi digital yang setara. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih

beragam, baik dari segi demografi, wilayah geografis, maupun latar belakang ekonomi, guna meningkatkan representativitas temuan.

Lebih lanjut, penggunaan pendekatan *mixed methods*—menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif—dapat memperkaya pemahaman terhadap pengalaman nasabah yang tidak sepenuhnya dapat diungkap melalui angka-angka statistik. Melalui wawancara mendalam atau *focus group discussion*, misalnya, peneliti dapat menggali faktor emosional, persepsi risiko, hingga preferensi fitur digital yang sering kali luput dari survei konvensional.

Selain itu, seiring dengan kemajuan teknologi yang sangat dinamis, penting bagi peneliti dan praktisi untuk melakukan studi longitudinal, yakni penelitian yang dilakukan secara berkelanjutan dari waktu ke waktu. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang lebih utuh tentang bagaimana ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

Dari sisi praktis, regulator dan otoritas keuangan seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia diharapkan dapat menyusun standar kualitas layanan digital yang lebih terstruktur dan berorientasi pada pengalaman pengguna. Panduan ini tidak hanya berguna sebagai acuan bagi bank digital dalam menjaga kualitas layanannya, tetapi juga memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Untuk jangka panjang, penelitian lanjutan juga perlu diarahkan pada hubungan antara kepuasan, loyalitas nasabah, dan keberlanjutan bisnis bank digital. Pemahaman yang komprehensif terhadap keterkaitan ketiga aspek ini dapat menjadi landasan penting dalam menyusun strategi pertumbuhan dan mempertahankan kepercayaan publik terhadap sistem perbankan digital.

Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, diharapkan bahwa sektor perbankan digital di Indonesia dapat tumbuh secara lebih inklusif, adaptif, dan berdaya saing, tidak hanya di pasar domestik, tetapi juga dalam menghadapi kompetisi regional dan global yang semakin ketat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Andriani, S. (2022). Analisis faktor kualitas layanan bank digital terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(2), 45–60.

- Dharsono, L. I., & Arifin, R. P. (2022). Pengaruh customer experience dan customer satisfaction terhadap kinerja bank digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kristani*, 5(2), 113–125.
- Fianto, A. B., Utami, H. N., & Nugroho, P. I. (2021). Determinants of customer satisfaction in sharia banking: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(1), 45–56. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5>
- Setyawan, A., & Rachmawati, D. (2023). Analisis e-SERVQUAL terhadap kepuasan nasabah aplikasi MyBCA. *International Journal of Informatics and Society*, 5(1), 24–34.
- Tedjokusumo, A., & Murhadi, W. R. (2022). Pengaruh mobile banking service quality terhadap kepuasan nasabah di Bank Central Asia. *Jurnal Studi Bisnis*, 9(2), 140–155.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413–423.
- Zain, A. A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54.
- Haris, A. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 334–348.
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 57–63.
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin, A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 25–37.
- Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi*, 3(1), 53–62.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53–62.
- Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1020–1026.

- Satria, F., & Astarini, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dimediasi oleh kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911–1924.
- Sangi, I. M., Tamengkel, L. F., & Mukuan, D. D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana. *Productivity*, 3(2), 107–112.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 3(2), 1–9.