

PROPOSAL PENELITIAN

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

***ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION LEVEL TOWARDS SYARIAH BANK
DIGITAL SERVICES IN YOGYAKARTA CITY USING THE CUSTOMER SATISFACTION
INDEX (CSI) METHOD***



Dosen Pembimbing :

Dyah Titis Kusuma Wardani, S.E., MIDECA., Ph.D.

Disusun oleh :

Dzabbe Diva Aszahra

20220430134

**PROGRAM STUDI EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESARAN PROPOSAL PENELITIAN
PROSES HEDDINGHOU
TAKELEAN TAKOMBI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KABAHAYA YOGYAKARTA

Judul Proposal Penelitian :
**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NAVIGASI TERHADAP LAYANAN DIGITAL BANK
SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA MENURUT KARAKTERISTIK CUSTOMER
SATISFACTION INDEX (CSI)**

Dayatuhu : 018

DEPARTEMEN DILAKUKAN

20220419114

Silakan dicantumkan di bagian depan lembar Surat dan Lembar Pengesaran

Bentuk Penelitian yang dilakukan (Informasi),



Syahidin Abdurrahman, S.E., MM, M.T.,
Ph.D.

NIDN. 6730001144

Yogyakarta, 18 Juli 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas Metodologi Penelitian (Metopen) ini dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Digital Bank Syariah di Kota Yogyakarta Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)" tepat pada waktunya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu bentuk pemenuhan tugas mata kuliah Metodologi Penelitian yang bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman mendalam mengenai kerangka berpikir ilmiah dan tahapan-tahapan dalam melaksanakan penelitian. Pemilihan topik mengenai kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi yang turut mendorong transformasi di sektor perbankan, khususnya perbankan syariah. Di tengah era digitalisasi ini, bank syariah dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk dan layanan yang sesuai prinsip syariah, tetapi juga mampu memberikan pengalaman digital yang memuaskan bagi nasabahnya.

Kota Yogyakarta, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia, menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji fenomena ini. Dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang objektif dan terukur mengenai tingkat kepuasan nasabah bank syariah terhadap layanan digital yang mereka gunakan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan digitalnya, serta menjadi masukan bagi para pengambil kebijakan di industri perbankan syariah.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas ini tidak lepas dari berbagai bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Dosen Pengampu mata kuliah Metodologi Penelitian atas segala bimbingan, arahan, dan ilmu yang telah diberikan selama proses perkuliahan. Ucapan terima kasih juga tidak lupa disampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberikan

dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, sehingga tugas ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa tugas ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah dan metodologi penelitian.

Yogyakarta, 23 April 2025

Dzabbe Diva Aszahra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
1. Manfaat Teoritis	3
2. Manfaat Praktis	3
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori	5
1. Teori Kepuasan Nasabah.....	5
2. Perbankan Syariah	6
3. Layanan Digital Banking	7
4. Customer Satisfaction Index (CSI)	8
B. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Referensi Variabel Penelitian	11
D. Tingkat Signifikansi Variabel	13
E. Research Gap.....	14
F. Hipotesis	15
G. Kerangka Penelitian	15
BAB III	17
METODOLOGI PENELITIAN.....	17
A. Objek dan Subjek Penelitian	17
B. Sumber Dan Jenis Data	17
1. Data Primer	17

C. Populasi dan Sampel penelitian.....	19
1. Populasi Penelitian.....	19
2. Sampel Penelitian.....	19
3. Teknik Pengumpulan Sampel.....	20
D. Definisi Operasional	20
1. Kepuasan Nasabah	20
2. Tingkat Kepentingan	21
3. Layanan Digital Bank Syariah	21
E. Analisis Data.....	23
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	23
2. Analisis Deskriptif.....	23
3. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI).....	23
4. Analisis Gap (Kesenjangan)	24
DAFTAR PUSTAKA.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2 2 Referensi Variabel Penelitian	12
Tabel 2 3 Tingkat Signifikansi Variabel.....	14
Tabel 2 4 Hubungan antara variabel	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Penelitian 16

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital mengubah industri perbankan, termasuk bank syariah yang harus beradaptasi sambil tetap menjaga prinsip syariah. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 282:

اَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُم بِدِينِ إِلَى أَجْلٍ مُسَمًّى فَاتَّبِعُوهُ

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya."

Ayat ini menekankan pentingnya transparansi dan dokumentasi dalam transaksi, yang menjadi dasar layanan digital bank syariah untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Di Indonesia, industri perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan signifikan, dengan aset yang melonjak 20,58% menjadi Rp 608,9 triliun pada tahun 2022. Jumlah nasabah juga meningkat drastis dari 39,8 juta pada 2021 menjadi 47,2 juta pada 2022. Peningkatan ini sebagian besar didorong oleh peningkatan literasi digital masyarakat Indonesia yang mencapai 64% pada tahun 2023. Namun, di balik angka-angka positif ini, terdapat tantangan serius terkait kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah. Survei AFSI (2023) menunjukkan bahwa 42% nasabah kesulitan menggunakan layanan digital banking dan 38% mengeluhkan gangguan sistem. Tingkat kepuasan nasabah bank syariah juga masih di angka 68%, lebih rendah dibandingkan bank konvensional yang mencapai 74% (Karim Business Consulting, 2023). Fenomena ini menjadi lebih menarik jika dilihat dari perspektif generasi milenial dan Gen Z, pengguna dominan layanan digital; meskipun 67% milenial lebih memilih digital banking, hanya 59% yang puas dengan layanan bank syariah yang mereka gunakan (Jakpat, 2023).

Kota Yogyakarta, sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah, menawarkan karakteristik unik untuk dikaji. Dengan penetrasi internet mencapai 89,7% dan populasi muda

yang melek teknologi, Yogyakarta memiliki potensi besar bagi pengembangan layanan digital bank syariah. Data OJK (2023) menunjukkan bahwa jumlah nasabah bank syariah di DIY mencapai 2,1 juta dengan pertumbuhan 18% per tahun, di mana 78% di antaranya aktif menggunakan layanan digital banking. Namun, survei pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 50 nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta mengindikasikan adanya kesenjangan kepuasan yang signifikan. Hasil survei menunjukkan bahwa 68% nasabah mengalami kendala dalam penggunaan layanan digital banking, 45% mengeluhkan lambatnya respons sistem, 52% merasa fitur yang tersedia kurang lengkap, dan 38% meragukan keamanan transaksi digital. Lebih lanjut, 72% responden menilai bahwa layanan digital bank syariah masih perlu ditingkatkan secara signifikan.

Fenomena ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyoroti faktor-faktor kunci kepuasan nasabah. Ariani & Suhartanto (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan sistem, dan kecepatan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah, sementara Rahmawati & Widodo (2023) menemukan bahwa reliabilitas dan responsivitas memiliki pengaruh terkuat. Uniknya, aspek kesesuaian syariah menjadi dimensi pembeda krusial, dengan penelitian di Timur Tengah (Hassan et al., 2021) dan Malaysia (Amin et al., 2013) menekankan pentingnya cultural compatibility dan religious compliance dalam kepuasan nasabah bank syariah. Pentingnya mengukur kepuasan nasabah tidak hanya dari perspektif bisnis, tetapi juga untuk pengembangan ekonomi syariah berkelanjutan, karena kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas dan pertumbuhan industri. Penelitian ini akan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dengan tujuh variabel utama: kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kecepatan transaksi, keandalan sistem, kelengkapan fitur, kesesuaian syariah, dan responsivitas, untuk memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kualitas layanan digital bank syariah di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah di Kota Yogyakarta?

2. Atribut layanan digital manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta?
3. Bagaimana strategi peningkatan kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah berdasarkan hasil analisis Customer Satisfaction Index (CSI)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah di Kota Yogyakarta menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI)
2. Mengidentifikasi atribut layanan digital yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
3. Menguji pengaruh atribut layanan digital bank syariah (kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan, keandalan, kelengkapan fitur, kesesuaian syariah, dan responsivitas) terhadap kepuasan nasabah menggunakan analisis regresi linier berganda
4. Menyusun strategi peningkatan kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah berdasarkan hasil analisis CSI dan gap (kesenjangan)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran syariah, khususnya terkait kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori Customer Satisfaction Index dalam konteks perbankan syariah digital
- c. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kepuasan nasabah perbankan syariah

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah: Memberikan masukan dan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan digital guna meningkatkan kepuasan nasabah

- b. Bagi Nasabah: Membantu nasabah dalam memahami kualitas layanan digital bank syariah dan menjadi bahan pertimbangan dalam memilih bank syariah
- c. Bagi Regulator: Memberikan gambaran kondisi kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah sebagai bahan evaluasi kebijakan
- d. Bagi Akademisi: Menjadi referensi untuk penelitian lanjutan di bidang perbankan syariah dan kepuasan nasabah

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan konsep fundamental dalam pemasaran yang telah menjadi fokus utama penelitian akademis dan praktisi bisnis. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecawa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka.

Oliver (2014) mendefinisikan kepuasan sebagai respons pemenuhan konsumen, yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan yang menyenangkan. Tjiptono dan Chandra (2019) menambahkan bahwa kepuasan nasabah adalah evaluasi pasca konsumsi yang menghasilkan persepsi bahwa produk atau jasa yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Zeithaml et al. (2017), terdapat lima dimensi kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah:

1. Tangibles (Bukti Fisik): Berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel
2. Reliability (Keandalan): Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
3. Responsiveness (Daya Tanggap): Kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat
4. Assurance (Jaminan): Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan
5. Empathy (Empati): Perhatian yang tulus dan individual yang diberikan kepada nasabah

Teori Diskonfirmasi Ekspektasi

Teori yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan kepuasan nasabah adalah teori diskonfirmasi ekspektasi (expectancy disconfirmation theory) yang dikembangkan oleh Oliver (1980). Teori ini menyatakan bahwa kepuasan ditentukan oleh diskonfirmasi yang merupakan hasil dari perbedaan antara ekspektasi dan persepsi kinerja aktual.

2. Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam (syariah). Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Antonio (2016) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip dasar perbankan syariah meliputi:

1. Larangan Riba: Pelarangan terhadap bunga dalam segala bentuk transaksi
2. Larangan Gharar: Menghindari ketidakpastian, spekulasi, dan perjudian
3. Larangan Maysir: Pelarangan terhadap transaksi yang mengandung unsur perjudian
4. Halal: Objek transaksi tidak bertentangan dengan prinsip syariah
5. Taawun: Saling tolong menolong dan kerjasama untuk kebaikan

Produk dan Layanan Bank Syariah

Produk bank syariah dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok utama (Karim, 2016):

1. Produk Penghimpunan Dana (Funding):

- a. Giro Wadiah
- b. Tabungan Mudharabah
- c. Deposito Mudharabah

2. Produk Penyaluran Dana (Financing):

- a. Murabahah (jual beli)

- b. Musyarakah (kerjasama)
 - c. Mudharabah (bagi hasil)
 - d. Ijarah (sewa)
3. Produk Jasa (Service):
- a. Wakalah (perwakilan)
 - b. Kafalah (jaminan)
 - c. Hawalah (transfer)
 - d. Sharf (penukaran valuta asing)

3. Layanan Digital Banking

Layanan digital banking adalah layanan perbankan yang menggunakan teknologi digital untuk memberikan akses kepada nasabah melakukan transaksi perbankan melalui perangkat elektronik seperti smartphone, tablet, atau komputer tanpa perlu datang ke kantor cabang (Mbama & Ezepue, 2018).

Menurut Hanafizadeh et al. (2014), digital banking mencakup berbagai layanan elektronik yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan secara online, termasuk pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, dan berbagai layanan keuangan lainnya.

Jenis-Jenis Layanan Digital Banking

1. Mobile Banking: Layanan perbankan melalui aplikasi mobile yang dapat diakses melalui smartphone
2. Internet Banking: Layanan perbankan melalui website yang dapat diakses melalui browser
3. SMS Banking: Layanan perbankan melalui pesan singkat (SMS)
4. Phone Banking: Layanan perbankan melalui telefon
5. ATM/CDM: Layanan perbankan melalui mesin ATM dan Cash Deposit Machine

Karakteristik Layanan Digital Banking Syariah

Layanan digital banking syariah memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari digital banking konvensional:

1. Compliance Syariah: Semua transaksi harus sesuai dengan prinsip syariah
2. Transparansi: Informasi mengenai akad dan fee harus jelas
3. Keadilan: Tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi
4. Halal: Produk dan layanan yang ditawarkan harus halal

4. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah metode pengukuran kepuasan pelanggan yang dikembangkan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan secara komprehensif. Menurut Irawan (2008), CSI adalah indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa.

Stratford (2016) menjelaskan bahwa CSI memberikan gambaran menyeluruh tentang kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan setiap atribut layanan, sehingga dapat memberikan prioritas perbaikan yang lebih tepat sasaran.

Tahapan Perhitungan CSI

Menurut Aritonang (2005), terdapat lima tahapan dalam perhitungan CSI:

1. Menghitung Mean Importance Score (MIS): Rata-rata tingkat kepentingan setiap atribut
2. Menghitung Mean Satisfaction Score (MSS): Rata-rata tingkat kepuasan setiap atribut
3. Menghitung Weight Factor (WF): Bobot setiap atribut terhadap kepuasan keseluruhan
4. Menghitung Weight Score (WS): Skor tertimbang setiap atribut
5. Menghitung Customer Satisfaction Index: Indeks kepuasan pelanggan keseluruhan

Interpretasi Nilai CSI

Interpretasi nilai CSI menurut Stratford (2016):

- a. 0,81 - 1,00: Sangat Puas
- b. 0,66 - 0,80: Puas
- c. 0,51 - 0,65: Cukup Puas
- d. 0,35 - 0,50: Kurang Puas
- e. 0,00 - 0,34: Tidak Puas

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah telah banyak dilakukan baik di tingkat nasional maupun internasional. Berikut adalah kajian komprehensif terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode & Sampel	Hasil Utama
1	Ariani & Suhartanto (2022)	<i>Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Digital Bank Syariah di Indonesia</i>	SEM, 384 nasabah di Jakarta, Bandung, Surabaya	Ease of use ($\beta=0,587$), keamanan sistem ($\beta=0,432$), kecepatan transaksi ($\beta=0,321$) signifikan
2	Rahmawati & Widodo (2023)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah</i>	Regresi linear berganda, 250 responden Jabodetabek	Reliability ($R^2=0,643$) & responsiveness ($R^2=0,589$) paling kuat pengaruhnya
3	Nugraha et al. (2021)	<i>Customer Satisfaction Index pada Layanan Mobile Banking Bank Syariah di Yogyakarta</i>	CSI, 200 responden	CSI = 0,72 (puas); atribut keamanan transaksi bobot tertinggi (WF=0,189)
4	Hidayat & Marlina (2023)	<i>Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Internet Banking Bank Syariah Mandiri</i>	IPA, 150 responden di Bandung	Perbaikan prioritas: kecepatan loading & kelengkapan fitur
5	Sari & Wibowo (2022)	<i>Evaluasi Kepuasan Nasabah Milenial terhadap Layanan Digital Bank Syariah</i>	SERVQUAL, 300 responden (usia 20–40) di 5 kota	Gap terbesar: responsiveness (-0,89) & tangibles (-0,67)
6	Al-Hawari & Mouakket (2010)	<i>The Influence of Technology Acceptance Model on Customer Satisfaction and E-loyalty in Islamic Banking</i>	412 responden di UAE	Perceived usefulness ($\beta=0,451$) & ease of use ($\beta=0,387$) signifikan
7	Amin et al. (2013)	<i>Factors Affecting Customer Satisfaction in Islamic Banking: A Study in Malaysia</i>	SEM, 384 responden di Malaysia	Compliance syariah ($\beta=0,623$) faktor terpenting
8	Shahid et al. (2022)	<i>Digital Banking Satisfaction in Islamic Banks: A Multi-dimensional Analysis</i>	CSI, 500 responden di Pakistan	CSI = 0,68; prioritas: security & reliability

9	Hassan et al. (2021)	<i>Customer Satisfaction with Digital Islamic Banking Services: Evidence from Middle East</i>	Mixed-method, 350 responden di 3 negara Timur Tengah	Faktor unik: cultural compatibility & religious compliance
10	Rahman & Ahmad (2020)	<i>E-Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Banking: A Comparative Study</i>	278 responden di Bangladesh	E-service quality berpengaruh positif signifikan ($R^2=0,721$)

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa penelitian mengenai kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah telah berkembang pesat dalam dekade terakhir. Penelitian-penelitian nasional seperti yang dilakukan oleh Ariani & Suhartanto (2022) menunjukkan pentingnya faktor kemudahan penggunaan dalam menentukan kepuasan nasabah, sementara Rahmawati & Widodo (2023) menekankan pada aspek reliability dan responsiveness. Sementara itu, penelitian internasional memberikan perspektif yang lebih luas dengan mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang relevan dengan konteks perbankan syariah. Amin et al. (2013) menemukan bahwa compliance syariah menjadi faktor terpenting di Malaysia, sementara Hassan et al. (2021) mengidentifikasi cultural compatibility dan religious compliance sebagai faktor unik di kawasan Timur Tengah. Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha et al. (2021) di Yogyakarta menjadi referensi penting karena menggunakan metode CSI dan menemukan bahwa tingkat kepuasan nasabah berada pada level 0,72 (puas) dengan keamanan transaksi sebagai atribut dengan bobot tertinggi. Namun, penelitian tersebut masih terbatas pada mobile banking dan belum mencakup layanan digital banking secara komprehensif.

C. Referensi Variabel Penelitian

Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada kajian literatur yang komprehensif dan disesuaikan dengan karakteristik layanan digital bank syariah. Berikut adalah referensi teoretis dan empiris yang mendukung setiap variabel.

Tabel 2 Referensi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Referensi Pendukung
Kemudahan Penggunaan	Tingkat kemudahan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking tanpa memerlukan usaha yang berlebihan	Davis (1989); Ariani & Suhartanto (2022); Al-Hawari & Mouakket (2010)
Keamanan Sistem	Perlindungan data dan transaksi nasabah dari ancaman cyber dan fraud	Parasuraman et al. (2005); Nugraha et al. (2021); Shahid et al. (2022)
Kecepatan Transaksi	Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi melalui layanan digital banking	Zeithaml et al. (2017); Ariani & Suhartanto (2022); Hidayat & Marlina (2023)
Keandalan Sistem	Konsistensi dan akurasi sistem dalam memberikan layanan digital banking	Parasuraman et al. (2005); Rahmawati & Widodo (2023); Shahid et al. (2022)
Kelengkapan Fitur	Variasi dan komprehensivitas fitur yang tersedia dalam layanan digital banking	Zeithaml et al. (2017); Hidayat & Marlina (2023); Sari & Wibowo (2022)
Kesesuaian Syariah	Kepatuhan layanan digital banking terhadap prinsip-prinsip syariah	Amin et al. (2013); Hassan et al. (2021); Antonio (2016)
Responsivitas	Kemampuan bank dalam memberikan respon cepat terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah	Zeithaml et al. (2017); Rahmawati & Widodo (2023); Sari & Wibowo (2022)

Kemudahan penggunaan (ease of use) telah lama dikenal sebagai faktor kunci dalam adopsi teknologi, sebagaimana dikemukakan dalam Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989). Dalam konteks perbankan syariah digital, Ariani & Suhartanto (2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terbesar ($\beta=0,587$) terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan temuan Al-Hawari & Mouakket (2010) yang menunjukkan bahwa perceived ease of use berpengaruh signifikan ($\beta=0,387$) terhadap kepuasan nasabah bank syariah di UAE.

Keamanan sistem menjadi concern utama dalam layanan digital banking, mengingat sensitifitas data keuangan nasabah. Parasuraman et al. (2005) dalam model E-SERVQUAL menempatkan security sebagai salah satu dimensi kualitas layanan elektronik. Nugraha et al. (2021) dalam penelitiannya di Yogyakarta menemukan bahwa keamanan transaksi memiliki bobot tertinggi ($WF=0,189$) dalam menentukan kepuasan nasabah, sementara Shahid et al. (2022) menekankan security sebagai prioritas utama dalam digital banking satisfaction.

Kecepatan transaksi menjadi ekspektasi dasar nasabah dalam era digital. Zeithaml et al. (2017) menyatakan bahwa responsiveness atau kecepatan respon merupakan salah satu dimensi kualitas layanan yang paling penting. Temuan ini didukung oleh Ariani & Suhartanto (2022) yang menemukan kecepatan transaksi berpengaruh signifikan ($\beta=0,321$) terhadap kepuasan nasabah.

Variabel kesesuaian syariah menjadi pembeda utama antara bank syariah dan konvensional. Amin et al. (2013) menemukan bahwa compliance syariah merupakan faktor terpenting ($\beta=0,623$) dalam menentukan kepuasan nasabah bank syariah di Malaysia. Hassan et al. (2021) juga mengidentifikasi religious compliance sebagai faktor unik yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah di Timur Tengah.

D. Tingkat Signifikansi Variabel

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, berikut adalah tingkat signifikansi pengaruh setiap variabel terhadap kepuasan nasabah:

Tabel 2 3 Tingkat Signifikansi Variabel

Variabel	Hubungan	Referensi
Kemudahan Penggunaan	Positif (+)	Ariani & Suhartanto (2022) $\beta=0,587^{***}$; Al-Hawari & Mouakket (2010) $\beta=0,387^{***}$
Keamanan Sistem	Positif (+)	Ariani & Suhartanto (2022) $\beta=0,432^{***}$; Nugraha et al. (2021) $WF=0,189^{***}$
Kecepatan Transaksi	Positif (+)	Ariani & Suhartanto (2022) $\beta=0,321^{***}$; Hidayat & Marlina (2023) $sig<0,05$
Keandalan Sistem	Positif (+)	Rahmawati & Widodo (2023) $R^2=0,643^{***}$; Shahid et al. (2022) $sig<0,01$
Kelengkapan Fitur	Positif (+)	Hidayat & Marlina (2023) $sig<0,05$; Sari & Wibowo (2022) $gap=-0,45^{***}$
Kesesuaian Syariah	Positif (+)	Amin et al. (2013) $\beta=0,623^{***}$; Hassan et al. (2021) $sig<0,01$
Responsivitas	Positif (+)	Rahmawati & Widodo (2023) $R^2=0,589^{***}$; Sari & Wibowo (2022) $gap=-0,89^{***}$

Keterangan: *** = signifikan pada $\alpha=0,01$; ** = signifikan pada $\alpha=0,05$; * = signifikan pada $\alpha=0,10$

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel menunjukkan hubungan positif dengan kepuasan nasabah, dengan tingkat signifikansi yang bervariasi. Kemudahan penggunaan menunjukkan pengaruh yang paling konsisten dan kuat berdasarkan berbagai penelitian, diikuti oleh kesesuaian syariah yang menjadi faktor unik dalam konteks perbankan syariah. Keandalan sistem dan responsivitas juga menunjukkan pengaruh yang signifikan, sementara kecepatan transaksi dan kelengkapan fitur memiliki pengaruh yang moderat namun tetap signifikan.

E. Research Gap

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, terdapat beberapa research gap yang dapat diidentifikasi:

1. Gap Metodologi: Belum banyak penelitian yang menggunakan metode CSI secara spesifik untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah di Indonesia

2. Gap Geografis: Penelitian yang fokus pada wilayah Yogyakarta dengan karakteristik demografis yang unik masih terbatas
3. Gap Temporal: Penelitian yang menggunakan data terkini pasca pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi digital banking masih diperlukan
4. Gap Komprehensif: Belum ada penelitian yang secara komprehensif menganalisis atribut-atribut layanan digital banking syariah dengan mempertimbangkan aspek syariah compliance

F. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. H1: Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
- b. H2: Keamanan Sistem pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
- c. H3: Kecepatan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
- d. H4: Keandalan Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
- e. H5: Kelengkapan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta
- f. H6: Kesesuaian Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.
- g. H7: Responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta.

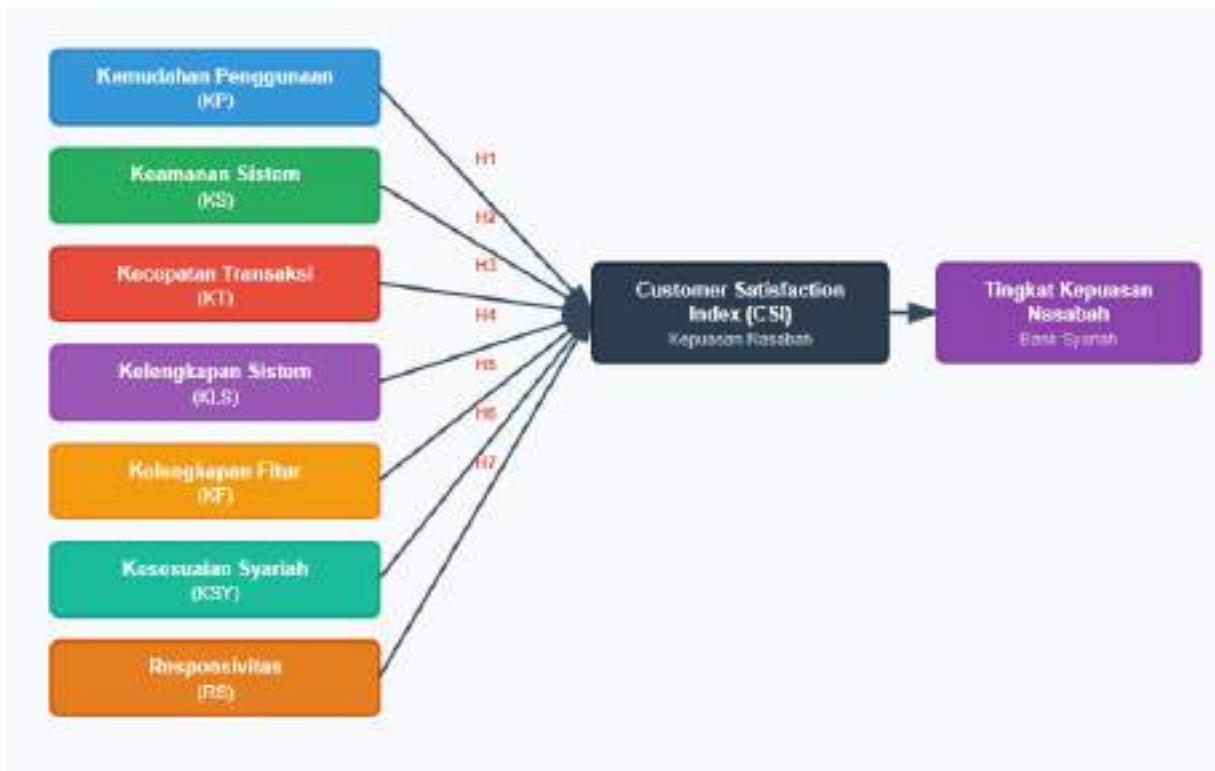
G. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, dimana tujuh variabel independen (kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kecepatan transaksi, keandalan sistem, kelengkapan fitur, kesesuaian syariah, dan responsivitas) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang diukur menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI).

Tabel 2 4 Hubungan antara variabel

Variabel	Kode	Definisi / Indikator
Kemudahan Penggunaan	KP	User interface yang intuitif- Navigasi yang mudah dipahami- Proses registrasi yang sederhana
Keamanan Sistem	KS	Enkripsi data yang kuat- Autentikasi berlapis- Perlindungan data pribadi
Kecepatan Transaksi	KT	Waktu loading yang cepat- Proses transaksi yang efisien- Respons sistem yang optimal
Keandalan Sistem	AS	Sistem jarang error- Konsistensi performa aplikasi- Stabilitas koneksi
Kelengkapan Fitur	KF	Variasi produk dan layanan- Fitur-fitur yang dibutuhkan- Informasi yang komprehensif
Kesesuaian Syariah	KSY	Transparansi akad- Kehalalan transaksi- Kepatuhan prinsip syariah
Responsivitas	RS	Kecepatan respon CS- Penanganan keluhan- Feedback sistem yang informatif

Gambar 2 1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital bank syariah di Kota Yogyakarta yang diukur melalui tujuh atribut layanan digital: kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kecepatan transaksi, keandalan sistem, kelengkapan fitur, kesesuaian syariah, dan responsivitas. Objek penelitian dipilih karena fenomena meningkatnya penggunaan layanan digital banking di kalangan masyarakat Yogyakarta namun dengan tingkat kepuasan yang relatif lebih rendah dibandingkan bank konvensional.

Subjek penelitian adalah nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta yang aktif menggunakan layanan digital banking (seperti mobile banking atau internet banking) minimal selama enam bulan terakhir. Subjek ini dipilih dengan mempertimbangkan relevansi pengalaman mereka dalam menggunakan layanan digital bank syariah sebagai responden penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan variabel-variabel penelitian. Analisis yang digunakan adalah metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan secara komprehensif serta analisis regresi untuk melihat pengaruh masing-masing atribut layanan.

B. Sumber Dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian atau responden oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang relevan, terkini, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Data primer untuk penelitian kuantitatif biasanya dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner dengan pertanyaan terstruktur yang sesuai dengan variabel penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan data secara akurat mencerminkan keadaan sebenarnya seputar peristiwa yang sedang diteliti. Menurut Rachmawati dan Lestari (2022), data primer dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Sementara itu, Sari dan Nugroho (2021) menekankan bahwa untuk

memastikan informasi yang dikumpulkan tepat sasaran, data primer diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih menggunakan teknik purposive sampling. Pratama dan Yuliana (2020) memberikan definisi serupa, menyatakan bahwa data primer adalah respons responden yang dikumpulkan langsung melalui survei untuk mendapatkan informasi yang andal dan relevan. Jelas dari deskripsi penelitian sebelumnya bahwa data primer sangat penting untuk suatu studi karena memberikan gambaran sebenarnya tentang keadaan dan ciri-ciri peserta pada saat penyelidikan.

Nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta akan menerima kuesioner, yang akan digunakan untuk mengumpulkan data primer langsung dari responden. Pengumpulan data langsung ini sangat penting karena memberikan akses kepada peneliti terhadap informasi terkini dan unik tentang pendapat dan pengalaman pelanggan. Karena mewakili situasi sebenarnya di lapangan, tanpa disaring oleh interpretasi luar atau perantara, sumber data primer adalah landasan validitas studi.

- a. Karakteristik demografis responden (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan)

Tujuan kuesioner yang didistribusikan adalah untuk mengumpulkan dua jenis data penting. Pertama, informasi tentang usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan responden diberikan. Peneliti dapat lebih memahami nasabah bank syariah di Yogyakarta dengan menggunakan data demografi ini sebagai variabel kontrol atau fitur fundamental. Data tentang usia dan pendidikan, misalnya, dapat mengungkap pola dalam cara kelompok demografis tertentu menggunakan layanan digital. Kedua, survei akan mengukur kepuasan responden terhadap fitur layanan digital yang ditawarkan oleh bank syariah. Pertanyaan yang menguji pendapat dan pengalaman konsumen tentang berbagai elemen layanan digital, termasuk kegunaan aplikasi seluler, kecepatan transaksi, fitur yang ditawarkan, dan tingkat keamanan yang dirasakan, akan disertakan dalam bagian ini. Bank syariah dapat membuat modifikasi yang relevan dan terfokus dengan menggunakan evaluasi kepuasan ini untuk menentukan keuntungan dan kerugian dari layanan digital saat ini.

- b. Penilaian tingkat kepuasan (*satisfaction*) terhadap atribut layanan digital bank syariah

Data primer yang dikumpulkan melalui survei sering digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan bisnis untuk menilai kepuasan dan demografi. Ini sejalan dengan pendekatan penelitian kuantitatif, yang menekankan pengumpulan data secara sistematis untuk analisis statistik. Menurut Sugiyono (2017) dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan langsung dari sumbernya. Untuk penelitian yang membutuhkan informasi yang tepat dan mendalam dari peserta penelitian, data jenis ini sangat relevan. Selanjutnya, Sekaran dan Bougie (2016) menekankan dalam Metode Penelitian untuk Bisnis: Membangun Keterampilan Pendekati pentingnya kuesioner yang dirancang dengan baik untuk mendapatkan data akurat tentang kepuasan pelanggan, di mana karakteristik demografis umumnya digunakan sebagai variabel independen untuk menyelidiki perbedaan kepuasan di berbagai segmen pelanggan.

C. Populasi dan Sampel penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah di Kota Yogyakarta yang aktif menggunakan layanan digital *banking* (mobile banking, internet banking, atau layanan digital lainnya) minimal dalam 6 bulan terakhir. Berdasarkan data OJK (2023), jumlah nasabah bank syariah di DIY mencapai 2,1 juta nasabah, dengan estimasi 65% berada di Kota Yogyakarta dan 78% di antaranya menggunakan layanan digital *banking*.

2. Sampel Penelitian

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan untuk memperoleh data yang cukup representatif dan memenuhi persyaratan analisis statistik, dengan target responden minimal 200. Untuk itu, penelitian ini menargetkan pengumpulan data dari 220 responden. Jumlah ini dipilih untuk memastikan ketersediaan data yang memadai untuk analisis kepuasan nasabah, sekaligus mengantisipasi kemungkinan adanya respons yang tidak lengkap atau tidak valid selama proses pengumpulan data.

3. Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria responden yang dijadikan sampel adalah:

Kriteria Inklusi:

- a. Nasabah bank syariah yang berdomisili di Kota Yogyakarta
- b. Aktif menggunakan layanan digital banking minimal 6 bulan terakhir
- c. Berusia minimal 17 tahun (telah memiliki rekening bank)
- d. Bersedia mengisi kuesioner penelitian

Kriteria Eksklusi:

- a. Nasabah yang tidak aktif menggunakan layanan digital banking
- b. Karyawan bank syariah yang dapat menimbulkan bias
- c. Responden yang tidak melengkapi kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui tiga cara:

1. Online: Melalui Google Form yang disebarluaskan via media sosial dan WhatsApp
2. Offline: Langsung di lokasi-lokasi strategis seperti universitas, pusat perbelanjaan, dan kantor
3. Hybrid: Kombinasi online dan offline untuk memastikan representasi yang baik

D. Definisi Operasional

1. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah evaluasi keseluruhan nasabah terhadap layanan digital bank syariah berdasarkan pengalaman yang diperoleh. Variabel ini diukur menggunakan skala Likert 1-4 dengan indikator:

- a. Kepuasan terhadap kemudahan penggunaan
- b. Kepuasan terhadap keamanan sistem

- c. Kepuasan terhadap kecepatan transaksi
- d. Kepuasan terhadap keandalan sistem
- e. Kepuasan terhadap kelengkapan fitur
- f. Kepuasan terhadap kesesuaian syariah
- g. Kepuasan terhadap responsivitas

2. Tingkat Kepentingan

Tingkat kepentingan adalah seberapa penting suatu atribut layanan digital banking menurut persepsi nasabah. Variabel ini diukur menggunakan skala Likert 1-5 dengan indikator yang sama dengan kepuasan nasabah.

3. Layanan Digital Bank Syariah

Layanan digital bank syariah adalah layanan perbankan syariah yang dapat diakses melalui platform digital seperti mobile banking, internet banking, dan layanan digital lainnya. Variabel ini diukur melalui tujuh dimensi:

a. Kemudahan Penggunaan

- 1. User interface yang intuitif
- 2. Navigasi yang mudah dipahami
- 3. Proses registrasi yang sederhana
- 4. Kemudahan dalam melakukan transaksi

b. Keamanan Sistem

- 1. Enkripsi data yang kuat
- 2. Sistem autentikasi berlapis
- 3. Perlindungan data pribadi
- 4. Keamanan dalam bertransaksi

c. Kecepatan Transaksi

- 1. Waktu loading aplikasi yang cepat

2. Proses transaksi yang efisien
3. Respons sistem yang optimal
4. Konfirmasi transaksi yang cepat

d. Keandalan Sistem

1. Sistem jarang mengalami error
2. Konsistensi performa aplikasi
3. Stabilitas koneksi
4. Akurasi informasi yang disajikan

e. Kelengkapan Fitur

1. Variasi produk dan layanan yang tersedia
2. Fitur-fitur yang dibutuhkan nasabah
3. Informasi yang komprehensif
4. Kemudahan akses ke berbagai layanan

f. Kesesuaian Syariah

1. Transparansi akad dalam transaksi
2. Kehalalan produk dan layanan
3. Kepatuhan terhadap prinsip syariah
4. Ketidaaan unsur riba, gharar, dan maysir

g. Responsivitas

1. Kecepatan respon customer service
2. Penanganan keluhan yang baik
3. Feedback sistem yang informatif
4. Kemudahan dalam mendapatkan bantuan

E. Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan dua metode utama, yaitu analisis Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis regresi linier berganda. Analisis dilakukan setelah data dinyatakan valid dan reliabel.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi Pearson Product Moment. Butir dikatakan valid jika nilai r -hitung $>$ r -tabel pada signifikansi 5%. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria reliabel jika nilai Alpha $> 0,70$.

2. Analisis Deskriptif

Digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, serta nilai rata-rata dari setiap atribut kepuasan dan kepentingan..

3. Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan. Langkah-langkah perhitungan CSI:

a. Menghitung Mean Importance Score (MIS)

Mean Importance Score (MIS) merupakan rata-rata skor kepentingan untuk setiap atribut layanan digital bank syariah berdasarkan penilaian responden.

Formula:

$$\text{MIS} = \Sigma(\text{Skor Kepentingan}) / \text{Jumlah Responden}$$

b. Menghitung Mean Satisfaction Score (MSS)

Mean Satisfaction Score (MSS) adalah rata-rata skor kepuasan untuk setiap atribut layanan digital berdasarkan penilaian responden.

Formula:

$$\text{MSS} = \Sigma(\text{Skor Kepuasan}) / \text{Jumlah Responden}$$

c. Menghitung Weight Factor (WF)

Weight Factor (WF) menunjukkan bobot relatif setiap atribut berdasarkan tingkat kepentingannya dibandingkan dengan total kepentingan seluruh atribut.

Formula:

$$\mathbf{WF} = \mathbf{MIS} / \Sigma(\text{Seluruh MIS})$$

d. Menghitung Weighted Score (WS)

Weighted Score (WS) merupakan hasil perkalian antara skor kepuasan dengan bobot kepentingan masing-masing atribut.

Formula:

$$\mathbf{WS} = \mathbf{WF} \times \mathbf{MSS}$$

e. Menghitung CSI (%)

CSI merupakan indeks kepuasan keseluruhan yang dinyatakan dalam bentuk persentase.

Formula:

$$\mathbf{CSI} = (\Sigma \text{ Weighted Score} / 5) \times 100$$

Interpretasi CSI:

- a. 81–100% = Sangat Puas
- b. 66–80% = Puas
- c. 51–65% = Cukup Puas
- d. 35–50% = Kurang Puas
- e. 0–34% = Tidak Puas

4. Analisis Gap (Kesenjangan)

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap kepuasan nasabah (KN).

Persamaan regresi sebagai berikut:

$$KN = \beta_0 + \beta_1 KP + \beta_2 KS + \dots + \beta_7 RS + e$$

Keterangan:

KN = Kepuasan Nasabah

KP = Kemudahan Penggunaan

KS = Keamanan Sistem

KT = Kecepatan Transaksi

KLS = Keandalan Sistem

KF = Kelengkapan Fitur

KSY = Kesesuaian Syariah

RS = Responsivitas

e = error

Hasil analisis akan menunjukkan signifikansi pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan, berdasarkan nilai koefisien (β), nilai signifikansi (p-value), dan R^2 .

DAFTAR PUSTAKA

- (Zouari & Abdelhedi, 2021) Afrillia, W., Fauzi, A., Rambe, D., Anggraeni, T., Ambarwati, N. R., & Febrian, H. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah*. 1(3).
- Bahtiar, S., & Ansori, M. (2024). ANALISIS LAYANAN DIGITAL DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN JEPARA. 10(2).
- FERRY MAHLIZA. (n.d.). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jambo Tape Kota Banda Aceh).
- Gazi, Md. A. I., Masud, A. A., Amin, M. B., Hossain, Md. A., Bin S Senathirajah, A. R., & Abdullah, M. (2024). Evaluating customer satisfaction with the quality of online banking services after COVID-19: Developing country perspective. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2423057>
- Helia, V. N., Abdurrahman, C. P., & Rahmillah, F. I. (2018). Analysis of customer satisfaction in hospital by using Importance-Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). *MATEC Web of Conferences*, 154, 01098.
<https://doi.org/10.1051/matecconf/201815401098>
- Legass, H., Mekonnen, D., & Yusuf, J. (2025). Islamic Banking Customers Satisfaction in the Digital Banking: Evidence from Ethiopia: A SEM Approach. *International Journal of Finance and Banking Research*, 11(2), 23–36.
<https://doi.org/10.11648/j.ijfbr.20251102.11>

Lutfiani, U., Wulandari, N. R., Ruslaini, R., & Albab, U. (2024). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking: Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 461–469.
<https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1923>

Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>

Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: Evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1).
<https://doi.org/10.1186/s13731-021-00151-x>

(Bahtiar & Ansori, 2024; Helia et al., 2018; Lutfiani et al., 2024). ANALISIS LAYANAN DIGITAL DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN JEPARA

(FERRY MAHLIZA, n.d.). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Jambo Tape Kota Banda Aceh)

(Afrillia et al., 2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Syariah

(Setiawan et al., 2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh)

(Gazi et al., 2024). Evaluating customer satisfaction with the quality of online banking services
after COVID-19: developing country perspective

(Legass et al., 2025). Islamic Banking Customers Satisfaction in the Digital Banking: Evidence
from Ethiopia: A SEM Approach



PRIMARY SOURCES

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | Gina Khairunnisa, Zakiyah Zahara.
"PENGARUH ISLAMIC BRANDING DAN PERILAKU RELIGIUS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BSM PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2021
Publication | 1 % |
| 2 | eprints.ums.ac.id
Internet Source | 1 % |
| 3 | Submitted to Universitas Muhammadiyah Makassar
Student Paper | 1 % |
| 4 | adoc.pub
Internet Source | 1 % |
| 5 | ejurnalunsam.id
Internet Source | 1 % |
| 6 | eprints.undip.ac.id
Internet Source | 1 % |
| 7 | repository.uhn.ac.id
Internet Source | 1 % |
| 8 | Submitted to Universitas Islam Bandung
Student Paper | 1 % |
| 9 | Ernolita Kartika Apriliani, Mintarti Ariani, Idfi Setyaningrum. "GIG ECONOMY: PERILAKU KEPUASAN PENGEMUDI OJEK ONLINE PADA LAYANAN PENGIRIMAN RESTORAN CEPAT | 1 % |

SAJI", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).,
2023

Publication

10 eprints.iain-surakarta.ac.id
Internet Source

1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	Off		
