

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN *DIGITAL BANKING*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN  
MENGUNAKAN METODE *ELECTRONIC SERVICE QUALITY*  
(*E-SERVQUAL*)**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

**Oleh:**

**ARIEF RAMADHAN**

**NIM : 1707025096**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA  
TAHUN 2021 M/ 1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Customer Satisfaction Dengan Menggunakan Metode *Electronic Service Quality (E-SevrQual)***" merupakan hasil karya asli yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 20 Juli 2021

  
METERAI  
TEMPEL  
DDE1AAJX135719210  
**Arief Ramadhan**  
NIM. 1707025096

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking Terhadap Customer Satisfaction Dengan Menggunakan Metode *Electronic Service Quality (E-ServQual)****” ditulis oleh Arief Ramadhan (NIM. 1707025096), telah disetujui untuk diajukan ke dalam Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing

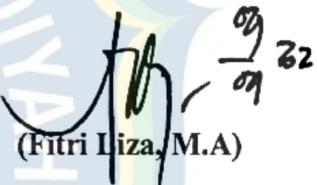
  
(Dr. Ade Jamal Mirdad, S.E, M.Si)



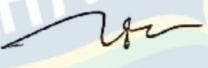


## PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking Terhadap Customer Satisfaction Dengan Menggunakan Metode Electronic Service Quality (E-ServQual)*” ditulis oleh Arief Ramdhan (NIM. 1707025096), telah diujikan pada hari Sabtu tanggal 21 Agustus 2021, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Fakultas Agama Islam

Dekan,

  
(Fitri Liza, M.A)

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, M.A</u> Ketua		<u>09/08/21</u>
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, LC, M.A, Ph.D</u> Sekretaris		<u>7/9/21</u>
<u>Dr. Ade Jamal Mirdad, S.E, M.Si</u> Anggota/ Pembimbing		<u>05/09/2021</u>
<u>Dr. Gusniarti, M.A</u> Anggota/ Penguji I		<u>7/9-21</u>
<u>Yanti Budiasih, S.E, M.M</u> Anggota/ Penguji II		<u>03/09/2021</u>

## ABSTRAKSI

Arief Ramadhan, *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Customer Satisfaction dengan Menggunakan Metode Electronic Service Quality (E-ServQual)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh yang diberikan dalam pelayanan *digital banking* terhadap *customer satisfaction* secara simultan (bersama-sama), selain itu juga menguji masing-masing dari variabel *efficiency* (X1), *reliability* (X2), *privacy* (X3), *responsiveness* (X4) & *contact* (X5) terhadap *customer satisfaction* (Y) secara parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sesuai jumlah sampel yaitu sebanyak 96 orang dengan sasaran nasabah pengguna layanan *digital banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdomisili di Kota Jakarta Selatan. Menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji t, Uji F & Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Olah data penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel & SPSS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital banking* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* secara simultan dengan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,1$  dan nilai  $F_{hitung} 26,004 > F_{table} 1,91$ . Dari uji parsial, variabel *efficiency* (X1) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig.  $0,094 < 0,1$  dan  $t_{hitung} 1,693 > t_{table} 1,291$ , *reliability* (X2) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig.  $0,001 < 0,1$  dan  $t_{hitung} 3,595 > t_{table} 1,291$ , *privacy* (X3) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig.  $0,037 < 0,1$  dan  $t_{hitung} 2,119 > t_{table} 1,291$  & *contact* (X5) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig.  $0,003 < 0,1$  dan  $t_{hitung} 1,950 > t_{table} 3,043$  terhadap *customer satisfaction* (Y), sedangkan variabel *responsiveness* (X4) tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (Y).

Pada Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pengaruh variabel *efficiency* (X1), *reliability* (X2), *privacy* (X3), *responsiveness* (X4) & *contact* (X5) terhadap *customer satisfaction* mampu menjelaskan variasi variabel independen terhadap variasi variabel dependen sebesar 56,8%. Sisanya sekitar 43,2% dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Kualitas Layanan, Digital Banking, Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Skripsi .....	i
Persetujuan Pembimbing .....	ii
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstraksi .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Pembatasan Masalah .....	12
D. Perumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	21

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kualitas Layanan .....	23
B. <i>Digital Banking</i> .....	36
C. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	40
D. Kerangka Berpikir .....	50
E. Hipotesis .....	53

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Ruang Lingkup Penelitian .....	55
B. Metode Pengumpulan Data .....	61
C. Metode Pengolahan Data .....	64
D. Metode Analisis Data .....	66

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI**

A. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	73
B. Gambaran Umum Kota Jakarta Selatan .....	78
C. Karakteristik Responden .....	81
D. Hasil Analisis Data .....	90
E. Interpretasi Penelitian .....	106

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	114
B. Saran .....	115
Daftar Pustaka .....	116
Lampiran-Lampiran .....	119

## DAFTAR TABEL

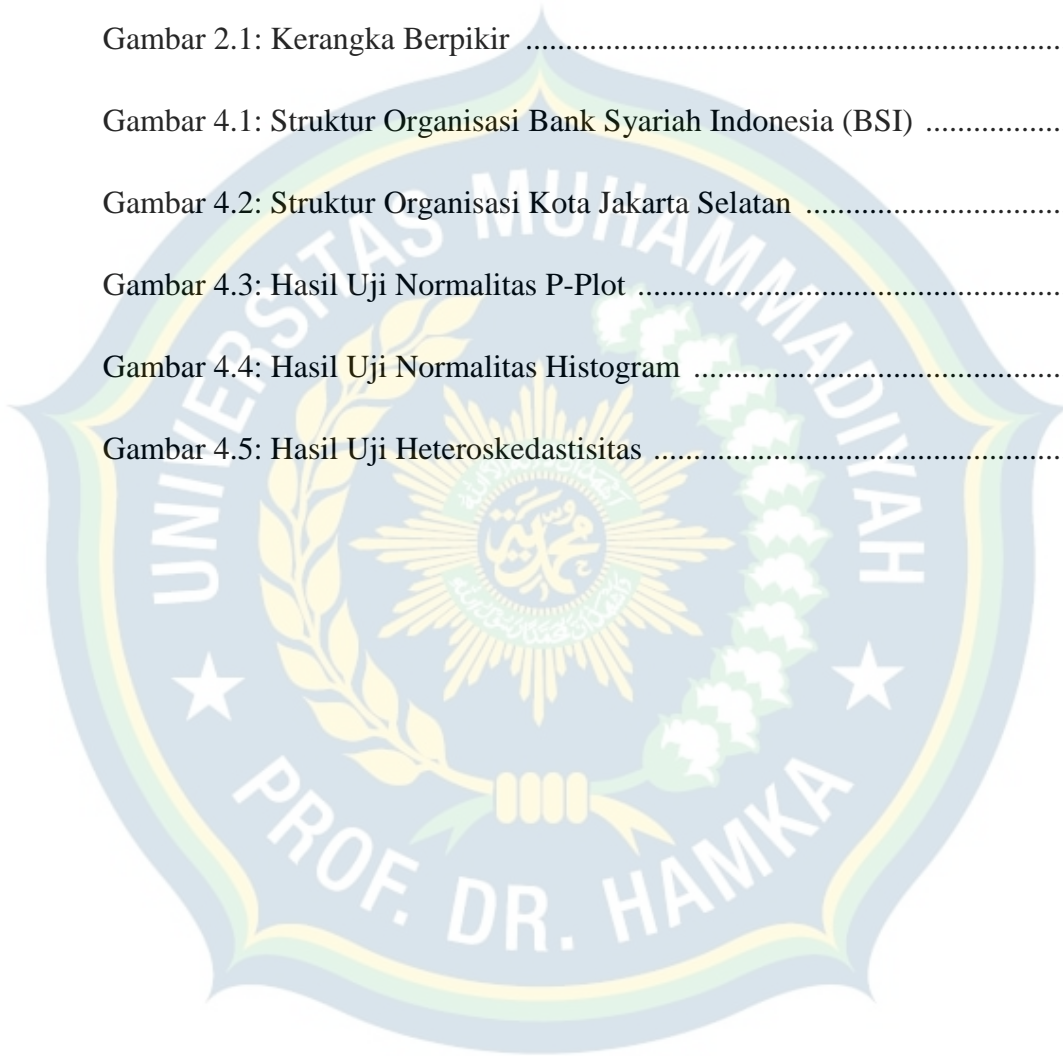
Tabel 1.1: Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia .....	2
Tabel 1.2: Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2019-2020 .....	6
Tabel 1.3: Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1: Operasional Variabel .....	57
Tabel 3.2: Penilaian Kualitas Variabel .....	65
Tabel 4.1: Jumlah Bank Syariah Indonesia (BSI), Jakarta Selatan 2021 .....	74
Tabel 4.2: Jenis Kelamin .....	81
Tabel 4.3: Usia .....	82
Tabel 4.4: Domisili Kota Jakarta Selatan (Kecamatan) .....	83
Tabel 4.5: Tingkat Pendidikan .....	84
Tabel 4.6: Jenis Pekerjaan .....	85
Tabel 4.7: Layanan <i>Digital Banking</i> Yang Biasa Digunakan .....	86
Tabel 4.8: Jenis Transaksi Yang Biasa Dilakukan .....	87
Tabel 4.9: Jumlah Transaksi .....	88
Tabel 4.10: Alasan Utama Menggunakan Layanan <i>Digital Banking</i> .....	89
Tabel 4.11: Hasil Uji Validitas <i>Efficiency</i> (X1) .....	90
Tabel 4.12: Hasil Uji Validitas <i>Reliability</i> (X2) .....	91



Tabel 4.13: Hasil Uji Validitas <i>Privacy</i> (X3) .....	91
Tabel 4.14: Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i> (X4) .....	92
Tabel 4.15: Hasil Uji Validitas <i>Contact</i> (X5) .....	92
Tabel 4.16: Hasil Uji Validitas <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	93
Tabel 4.17: Hasil Uji Reliabilitas .....	94
Tabel 4.18: Hasil Uji <i>One Sampel</i> Kolmogorov-Smirnov .....	95
Tabel 4.19: Hasil Uji Multikolinearitas .....	97
Tabel 4.20: Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	99
Tabel 4.21: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	101
Tabel 4.22: Hasil Uji t .....	103
Tabel 4.23: Hasil Uji F .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	6
Gambar 2.1: Kerangka Berpikir .....	51
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	76
Gambar 4.2: Struktur Organisasi Kota Jakarta Selatan .....	80
Gambar 4.3: Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	96
Gambar 4.4: Hasil Uji Normalitas Histogram .....	96
Gambar 4.5: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	98



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Citra perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan tersebut dapat melayani dengan baik & dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. *Customer satisfaction* atau biasa disebut dengan kepuasan nasabah merupakan aspek penting bagi suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan di era globalisasi dan meningkatkan mutu serta meningkatkan citra perusahaan bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah harus dapat memuaskan nasabahnya dalam pelayanan yang disediakan oleh bank itu sendiri.

Semenjak munculnya pandemi covid-19 perbankan syariah mengalami perubahan baik kegiatan operasional, pemasaran ataupun hal lainnya secara signifikan dari berbagai aspek, salah satunya pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diberlakukan di beberapa daerah mempengaruhi setiap kegiatan yang ada pada bank syariah. Sebelum adanya pandemi, bank syariah melakukan kegiatan operasionalnya secara penuh, namun karena adanya pandemi kantor cabang bank terpaksa mengurangi jam operasionalnya sehingga menyulitkan nasabah ketika ingin melakukan transaksi secara langsung.

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dan dituntut dapat adaptif dari awal mulai beroperasi sampai dengan sekarang. Menurut Data Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dari data 5 tahun terakhir dapat dilihat bahwa perkembangan perbankan syariah dilihat pada tahun 2021 bulan Februari, 3 BUS milik BUMN *merger* menjadi 1 BUS, dengan nama Bank Syariah Indonesia. Jika dilihat dari asset BUS, tiap tahunnya mengalami peningkatan cukup signifikan.

**Tabel 1.1**  
**Data Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia**

Tahun	Bank Umum Syariah (BUS)				
	Jumlah BUS	Jumlah Kantor	ATM	Jumlah Tenaga Kerja	Total Asset (dalam Milyar Rupiah)
2017	13	1.825	2.585	51.068	288.027
2018	14	1.875	2.791	49.516	316.691
2019	14	1.919	2.827	49.654	350.364
2020	14	2.034	2.800	50.212	397.073
*2021	12	2.043	3.477	49.462	404.353

Sumber : (OJK, 2021)

Perkembangan perbankan syariah yang begitu pesat dan dihadapkan dengan bencana non alam yaitu pandemi covid-19, selain itu dihadapkan pula dengan kondisi zaman yang lebih modern perbankan syariah membutuhkan tata kelola sistem yang relevan sesuai dengan kebutuhan zaman agar perbankan syariah dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Oleh karenanya, perbankan syariah dituntut agar dapat memberikan layanan terbaik yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Dengan demikian digitalisasi dapat menjadi salah satu inovasi sebagai bentuk solusi dari perbankan syariah agar mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang dimana manusia menginginkan semua kegiatan operasional dapat dilakukan secara instan dan terjangkau bahkan tanpa tatap muka sekalipun.

Pandemi covid-19 menjadi momentum bagi perbankan syariah agar dapat mengembangkan kualitas layanan *digital banking* dan dapat menekankan pada kualitas layanan *digital* yang lebih baik daripada kondisi normal dengan tujuan agar mampu menjawab tantangan yang ada dalam industri keuangan syariah. Selain itu perbankan syariah dituntut untuk dapat memberikan *service digital* yang lebih optimal dibandingkan pada kondisi biasanya agar nasabah dapat tetap melakukan transaksi atau kegiatan lainnya tanpa harus datang ke kantor layanan bank syariah secara langsung yang ketika di masa pandemi covid-19 ini setiap kegiatannya dibataskan dan mengakibatkan kenyamanan nasabah yang berkurang.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Inventure* Indonesia bersama *Alvara Research Center* menyatakan bahwa penetrasi *digital banking* di masa pandemi covid-19 semakin massif. Hasilnya, sebanyak 43,6% responden lebih sering menggunakan *internet banking/mobile banking* dan sisanya sekitar 25,6% menggunakan *e-wallet* (Bayu, 2020). Namun, survei yang dilakukan oleh *RB Consulting & Business Consulting* yang bekerjasama dengan *Infinity CXT & Essenseight Qualitative* menyatakan bahwa baru 30% penetrasi *digital banking* generasi muda di tanah air. Masih lebih banyak nasabah yang memilih datang ke bank secara langsung. Tingkat kepuasan terhadap digital banking oleh nasabah masih rendah, dari skala 1 sampai dengan 5, dimana skala 5 merupakan sangat puas dan hasilnya kepuasan generasi muda masih dibawah skala 4 atau sama dengan 64% yang merasa puas sampai dengan sangat puas. Alasan utama dari penggunaan digital banking yaitu faktor keamanan teknologi dan alasan lainnya yaitu sering *buffering/lagging* dan sering keluar dari aplikasinya atau mati sendiri, hal tersebut membuat pemakainya tidak bersahabat dan dianggap merasa menyulitkan (Bambang Supriyanto, 2021).

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang dapat terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman yang di dalamnya menyangkut perihal sumber daya manusia, produk, jasa dan proses serta lingkungan yang bisa melebihi atau dapat memenuhi pelayanan yang diharapkan pelanggan atau nasabah dari segi kualitasnya. Disisi lain, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan atau nasabah yang dibersamai dengan apa yang diinginkan serta ketepatan waktu penyampaian agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Apabila pelayanan yang diberikan berkualitas baik, maka pelanggan dapat merasakan kepuasannya atas pemberian pelayanan oleh suatu perusahaan tersebut dan secara tidak langsung juga dapat meningkatkan citra perusahaan tersebut dikenal baik oleh masyarakat luas. Dan sebaliknya, jika buruknya kualitas layanan yang tersedia, maka pelanggan dapat merasa kecewa dan dapat

menurunkan citra positif perusahaan tersebut sehingga tidak dikenal dan dipercaya masyarakat luas.

Peningkatan citra perusahaan merupakan suatu hal yang tercermin dari maksimal & optimalnya suatu layanan yang tersedia agar dapat menjadikan nasabah merasa adanya kepuasan dari pelayanan yang diberikan. Dengan berkembangnya zaman yang serba menuju ke arah teknologi, digitalisasi merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan perbankan agar tidak tertinggal oleh zaman dan dapat bersaing dengan industri keuangan lainnya. Hal tersebut juga perlu didukung dengan adanya penggunaan ponsel pintar dan akses jaringan internet yang memadai bagi masyarakat agar dapat menggunakan layanan perbankan berbasis *digital* dengan mudah.

Menurut data *Stastica*, total penduduk Indonesia yang menggunakan *smartphone* diproyeksikan mencapai 28% pada tahun 2019, mengalami kenaikan 2% dari tahun yang lalu. Pengguna *smartphone* di Indonesia diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya. Sedangkan menurut databooks *katadata.co.id*, 56,2% dari total populasi di Indonesia telah menggunakan *smartphone*, atau lebih dari setengahnya berdasarkan data pada tahun 2018. Penggunaan ponsel pintar meningkat menjadi 63,3% setahun setelahnya. Sampai dengan tahun 2025 populasi di Indonesia diproyeksikan mencapai 89,2% telah memanfaatkan ponsel pintar. Penetrasi tersebut tumbuh 25,9%, sejak tahun 2019 dalam kurun waktu 6 tahun (Nafi, 2019).

Artinya, pertumbuhan konsumsi masyarakat terhadap *smartphone* menjadi salah satu indikator dalam pengembangan kualitas layanan *digital*. Pemanfaatan teknologi harus terus dimasifkan agar dapat terciptanya kualitas pelayanan *digital* yang baik dan maksimal. Berikut data pengguna *smartphone* di Indonesia per Juli 2020.

**Gambar 1.1**  
**Pengguna *smartphone* di Indonesia**



Sumber : Statista, Juli 2020

Selain pengguna ponsel pintar yang setiap tahun angkanya selalu meningkat, pengguna akses internet pada kuartal II (Q2) tahun 2020 juga ikut meningkat. Menurut (APJII) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan sekitar 73,7% populasi Indonesia atau sekitar 196,7 juta jiwa menggunakan akses internet dan jumlah tersebut bertambah 25,5 juta jiwa dibandingkan dengan tahun lalu (APJII, 2020). Hal tersebut didorong dengan akibat adanya pandemi covid-19 sejak Maret 2020 yang membuat transformasi digital semakin masif.

**Tabel 1.2**  
**Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2019-2020 (Q2)**

Tahun	Pengguna Internet (Juta Jiwa)	Penduduk Indonesia (Juta Jiwa)	Presentase (%)
2019-2020 (Q2)	196,71	266,91	73,7

Sumber : (APJII, 2020)



Digitalisasi diartikan sebagai suatu penggunaan sistem *digital* yang diaplikasikan oleh manusia dengan menggunakan teknologi (KBBI, 2016a). Apabila kita korelasikan dengan perbankan syariah, maka digitalisasi perbankan syariah merupakan suatu proses pemberian atau pemakaian sistem digital yang diterapkan oleh perbankan syariah guna untuk memberikan kemudahan dan efisiensi waktu serta tenaga sebagai solusi atas layanan yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabah dalam melakukan kegiatannya.

Digitalisasi layanan keuangan pada perbankan merupakan suatu inovasi dan keharusan bagi dunia perbankan syariah. Layanan *digital banking* seperti *internet banking*, *mobile banking* dan ATM harus terus ditingkatkan oleh perusahaan jasa keuangan seperti perbankan agar nasabah dapat mengakses dengan apa yang mereka inginkan dan memudahkan serta memberikan rasa puas kepada penggunanya. Layanan yang dibutuhkan saat ini oleh nasabah lebih pada layanan yang mudah, cepat dan fleksibel serta memberikan kenyamanan dan ketersediaan layanan pada waktu kapanpun dan dimanapun nasabah berada. Transformasi *digital* dianggap sebagai terobosan baru dalam dunia bisnis yang karena adanya digitalisasi dapat menekan biaya dan efisiensi waktu serta tenaga. Bahkan beberapa Bank Umum Syariah menyatakan bahwa di masa pandemi covid-19 ini pertumbuhan transaksi *digital* baik melalui *internet banking*, *mobile banking*, dan ATM mengalami peningkatan yang sangat signifikan pula.

Teknologi ataupun jaringan internet merupakan suatu pendukung dalam peningkatan *digitalisasi* pelayanan. Sedangkan, *service excellent* merupakan hal yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Apabila keduanya kita korelasikan, antara digitalisasi dengan kualitas pelayanan merupakan suatu pembahasan tentang *service digital quality* yang disediakan oleh suatu perusahaan untuk para *customer* yang dapat diakses melalui teknologi baik *smartphone* ataupun lainnya dan didukung dengan akses internet. Apakah dengan adanya digitalisasi layanan yang ada pada bank syariah dapat membuat pelanggan merasa puas dengan kehadiran solusi pembaharuan tersebut, atau merasa kecewa dengan kualitas layanan *digital* yang telah diberikannya.

Pada kesempatan ini, peneliti mencoba untuk melihat pengaruh terkait kualitas pelayanan *digital* Bank Syariah. Dari banyaknya perbankan syariah yang ada di Indonesia dengan berbagai macam kualitas pelayanannya, peneliti mencoba fokus pada penelitian digitalisasi perbankan syariah dalam hal pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Dari banyaknya model pengukuran kualitas layanan yang muncul akhir-akhir ini, model *E-ServQual* merupakan model yang tepat untuk menguji tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan digital, karena dianggap sebagai model yang komprehensif dan integratif.

Menurut Atri Marlina & Widhi Ariyo Bimo (2018) di penelitiannya dengan judul Digitalisasi Bank Dalam Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank dijelaskan bahwa digitalisasi terbukti dapat meningkatkan pelayanan *digital* dan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BTN Syariah (Marlina & Bimo, 2018).

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lilis Susilawati & Nicola (2020) yang berjudul Pengaruh Layanan Perbankan *Digital* Pada Kepuasan Nasabah menyatakan bahwa *digital banking service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BCA (Susilawaty & Nicola, 2020).

Selain itu penelitian Pangiuk, Baining & Zawiyah (2019) dengan judul Pengaruh Digitalisasi Bank Syariah Mandiri Dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah menyatakan bahwa digitalisasi & pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* yaitu pada variabel *reliability* berpengaruh negatif terhadap *customer satisfaction* & *contact* sebagai variabel dengan tingkat dominan (Pangiuk et al., n.d.).

Dari fenomena tersebut, khususnya melihat keadaan sekarang juga yang semua aktifitas kegiatan manusia dibatasi karena adanya pandemi covid-19, perlu kiranya untuk melihat pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah dalam upaya peningkatan pelayanan terbaik dalam hal *service quality*. Oleh karenanya, penulis tertarik untuk meneliti terkait hal

tersebut. Dengan ini maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan *Digital Banking* terhadap *Customer Satisfaction* dengan Menggunakan Metode *Electronic Service Quality (E-ServQual)*”.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masih ada perbedaan antara penelitian dengan teori. Penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan terhadap *digital banking* oleh nasabah masih rendah, survei yang dilakukan oleh *RB Consulting & Business Consulting* yang bekerjasama dengan *Infinity CXT & Essenseight Qualitative* menyatakan bahwa baru 30% penetrasi *digital banking* generasi muda di tanah air. Alasan utama dari penggunaan *digital banking* yaitu faktor keamanan teknologi. Faktor keamanan teknologi yang membuat nasabah menjadi merasa kurang aman dalam menggunakan layanan *digital banking* (Bambang Supriyanto, 2021).
2. Dari skala 1 sampai dengan 5, dimana skala 5 merupakan sangat puas dan hasilnya kepuasan generasi muda masih dibawah skala 4 atau sama dengan 64% yang merasa puas sampai dengan sangat puas. Hal tersebut mengacu pada survey yang dilakukan oleh *RB Consulting & Business Consulting* yang bekerja sama dengan *Infinity CXT & Essenseight Qualitative*, alasan lainnya yaitu masalah *buffering/lagging*. Masalah gangguan yang

disebabkan karena *buffering/lagging* dan sering keluar dari aplikasi atau mati sendiri, hal tersebut membuat nasabah tidak bersahabat dalam menggunakan layanan *digital banking* (Bambang Supriyanto, 2021).

3. Dari survei yang dilakukan oleh *Inventure* Indonesia bersama *Alvara Research Center* menyatakan bahwa penetrasi *digital banking* di masa pandemi covid-19 semakin massif. Hasilnya, sebanyak 43,6% responden lebih sering menggunakan *internet banking/mobile banking* dan sisanya sekitar 25,6% menggunakan *e-wallet*. Dari survey tersebut dapat dilihat bahwa penggunaan *digital banking* semakin masih tapi pada kenyataannya masih banyak nasabah yang kurang paham dari penggunaan layanan tersebut (Bayu, 2020). Kurangnya pemahaman dan pengetahuan nasabah dalam penggunaan layanan *digital bank syariah*, sehingga merasa kesulitan dalam menggunakan layanan *digital banking*.
4. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa *digital banking service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut teori di bukunya Irawan, 2007 dalam (Indra Aditia, 2012). dijelaskan bawah ada 5 faktor yg mempengaruhi kepuasan nasabah, salah satunya yaitu kualitas layanan (*service quality*). Pada kenyataannya di lapangan yang dilihat masih banyak nasabah melakukan transaksinya langsung ke kantor cabang. Nasabah masih menyukai melakukan transaksi langsung ke kantor cabang bank syariah guna merasakan pelayanan secara langsung yang diberikan oleh bank.

### C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas, pembatasan masalah yang dibatasi oleh peneliti yaitu hanya fokus pada lingkup pelayanan *digital* (*Internet banking, m-banking & ATM*) yang diberikan oleh bank syariah kepada nasabahnya dan mengukur kepuasan nasabah terhadap digitalisasi yang berkembang di era globalisasi terkait efisiensi (*efficiency*), kehandalan (*reliability*), keamanan (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*) & kontak (*contact*).

### D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *E-S-Qual* (*efficiency, reliability & privacy*) terhadap *customer satisfaction*?
2. Bagaimana pengaruh *E-RecS-Qual* (*responsiveness & contact*) terhadap *customer satisfaction*?
3. Bagaimana pengaruh *E-S-Qual* & *E-RecS-Qual* terhadap *customer satisfaction* secara simultan?

### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, selanjutnya penulis akan memaparkan terkait tujuan dan manfaat penelitian, yaitu sebagai berikut:

## 1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dibawah ini:

- a. Untuk mengetahui & menjelaskan bagaimana pengaruh *E-S-Qual* (*efficiency, reliability & privacy*) terhadap *customer satisfaction*.
- b. Untuk mengetahui & menjelaskan bagaimana pengaruh *E-RecS-Qual* (*responsiveness & contact*) terhadap *customer satisfaction*.
- c. Untuk mengetahui & menjelaskan bagaimana pengaruh *E-S-Qual* & *E-RecS-Qual* secara simultan.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dibawah ini:

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan dalam menerapkan ilmu dan mengkaji permasalahan yang diteliti sesuai dengan bidang yang dipelajari dalam perkuliahan.

### b. Bagi Bank

Sebagai informasi baru dan bahan evaluasi untuk Perbankan Syariah dalam meningkatkan (digitalisasi) atau kualitas pelayanan *digital*.

### c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan edukasi dan informasi kepada masyarakat agar dapat terbuka lagi pemikirannya terhadap bank syariah dan dapat menggunakan pelayanan *digital* dengan baik.

## F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Judul Skripsi, Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Astri Marlina & Widhi Ariyo Bimo, DIGITALISASI BANK TERHADAP PENINGKATAN PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK BTN SYARIAH CABANG BOGOR), 2018.	Pada Bank BTN Syariah peningkatan pelayanan dapat dibuktikan dengan penerapan digitalisasi & sekitar 20% nasabah merasa cukup puas	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait digitalisasi dan kepuasan nasabah bank syariah.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Penelitian</li> <li>2. Waktu Penelitian</li> <li>3. Penelitian ini selain membahas terkait digitalisasi dan kepuasan nasabah, tapi juga membahas peningkatan pelayanan pada bank syariah tersebut.</li> </ol>



2.	<p>Siti Zawiyah, PENGARUH DIGITALISASI BANK SYARIAH MANDIRI DALAM PENINGKATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH, 2019.</p>	<p>Variabel <i>efficiency</i>, <i>reliability</i>, <i>fulfillment</i> dan <i>contact</i> memiliki pengaruh terhadap <i>customer satisfaction</i>.</p> <p>Variabel yang berpengaruh secara negatif yaitu <i>reliability</i>.</p> <p>Selain itu, variabel <i>contact</i> merupakan variabel dominan setelah dilakukan uji menggunakan rumus sumbangan efektif.</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait digitalisasi dan kepuasan nasabah bank syariah dengan menggunakan metode <i>E-ServQual</i>..</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Penelitian</li> <li>2. Waktu Penelitian</li> <li>3. Penelitian ini selain membahas terkait digitalisasi dan kepuasan nasabah, tapi juga membahas terkait peningkatan pelayanan pada bank syariah tersebut.</li> </ol>
----	--	--	--	--

3.	Lilis Susilawaty & Nicola, PENGARUH LAYANAN PERBANKAN DIGITAL PADA KEPUASAN NASABAH, 2020.	<p>Variabel kenyamanan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) diketahui tidak mempengaruhi <i>customer satisfaction</i></p> <p>Adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas fungsional.</p> <p>Variabel <i>digital banking service quality</i> (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) tidak berpengaruh signifikan.</p> <p>Variabel Merek/kepercayaan (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh signifikan.</p> <p>Variabel <i>employee customer</i> (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y)</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait kualitas pelayanan <i>digital banking</i> dan kepuasan nasabah.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Penelitian</li> <li>2. Waktu Penelitian</li> <li>3. Penelitian ini selain membahas terkait kualitas pelayanan <i>digital banking</i> dan kepuasan nasabah, tapi juga membahas terkait inovasi perbankan digital.</li> </ol>
----	--	--	---	--

		<p>berpengaruh signifikan.</p> <p>Variabel inovasi perbankan digital (X6) terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh signifikan.</p>		
--	--	---	--	--

4.	Dewi Berliann Harahap, PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MEDAN AKSARA, 2017.	<p>Adanya pengaruh yang signifikan pada variabel teknologi informasi (X1) pada <i>customer satisfaction</i>.</p> <p>Terjadi pengaruh signifikan pada variabel kualitas layanan (X2) terhadap <i>customer satisfaction</i>.</p> <p>Secara bersamaan variabel TI (X1) &amp; kualitas layanan (X2) berpengaruh signifikan pada <i>customer satisfaction</i>.</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait kualitas pelayanan &amp; kepuasan nasabah bank syariah</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Penelitian</li> <li>2. Waktu Penelitian</li> <li>3. Penelitian ini selain membahas terkait kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, tapi juga membahas terkait pengaruh teknologi informasi (ATM, internet banking &amp; mobile banking).</li> </ol>
----	--	---	--	---

5.	<p>Mariatul Adila, PENGARUH LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH, 2017.</p>	<p>Terdapat pengaruh dari layanan dari layanan <i>m-banking</i> terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>Pengaruh simultan terjadi pada variabel <i>m-banking</i> &amp; kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.</p> <p>Terdapat pengaruh secara langsung dari variabel <i>Reliability</i>, <i>Efficiency</i>, <i>Empathy</i>, dan <i>Responsiveness</i> terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait kualitas pelayanan melalui digitalisasi dan kepuasan nasabah bank syariah.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi Penelitian</li> <li>2. Waktu Penelitian</li> <li>3. Penelitian ini lebih menekankan pada pelayanan <i>digitalisasi</i> yaitu <i>mobile banking</i> dan lebih menekankan pada aspek loyalitas nasabah bank syariah.</li> </ol>
----	---	--	--	--

		<p>Melalui variabel intervenin g yaitu kepuasan nasabah dari variabel <i>reliability</i>, <i>Empathy</i>, &amp; <i>Responsiv eness</i> berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah</p>		
--	--	--	--	--

## **G. Sistematika Penulisan**

Pada pembahasan dalam penelitian ini terdapat 5 bab. Dan dari tiap-tiap bab nya memiliki keterkaitan agar terwujudnya penelitian yang berkorelasi dengan baik dan benar. Berikut penyajian dalam sistematika penulisan pada penelitian ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menyajikan kajian teoritis mengenai pengertian dan teori dasar terkait bank dan perbankan syariah, kualitas layanan, digitalisasi dan kepuasan nasabah dengan model *E-ServQual*. Kerangka berfikir dan pengajuan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, variabel penelitian, jenis & sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan

untuk memberikan jawaban terhadap permasalahan yang menjadi objek kajian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN & INTERPRETASI**

Bab ini mendeskripsikan tentang gambaran umum PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) & Kota Jakarta Selatan, selain itu juga menjabarkan tentang visi & misi serta struktur organisasinya. Pada bab ini juga mendeskripsikan hasil & juga pembahasan penelitian pada penelitian ini sesuai dengan uji yang digunakan

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan perihal kesimpulan yang didapat pada hasil penelitian yang telah dilakukan dan juga memaparkan saran yang menjadi perbaikan untuk penelitian-penelitian yang akan datang serta juga bagi perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adila. (2017). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Issue 1).
- APJII, T. (2020). *Survei Pengguna Internet APJII*.
- Bambang Supriyanto. (2021). *No TiSurvei RB Consulting: Tingkat Penetrasi Digital Banking Milenial Baru 30 Persen* Artikel ini telah tayang di *Bisnis.com* dengan judul “*Survei RB Consulting: Tingkat Penetrasi Digital Banking Milenial Baru 30 Persen*”, *Klik selengkapnya di sini: [https://. Bisnis.Com](https://bisnis.com)*.  
<https://finansial.bisnis.com/read/20210414/90/1380972/survei-rb-consulting-tingkat-penetrasi-digital-banking-milenial-baru-30-persen>
- Bayu, D. J. (2020). *Layanan Digital Banking Paling Sering Digunakan saat Pandemi Corona*. Inventure Indonesia, Alvara Research Center.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/18/layanan-perbankan-digital-makin-sering-digunakan-saat-pandemi>
- BSI. (n.d.). *Jaringan Kantor Bank Syariah Indonesia*. Bank Syariah Indonesia. Retrieved July 6, 2021, from <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?type=&province=3&city=41&query=&networkType=Kantor+Cabang&page=1>
- BSI. (2021). *Visi Misi Bank Syariah Indonesia*. Bank Syariah Indonesia. [https://www.ir-bankbsi.com/vision\\_mission.html](https://www.ir-bankbsi.com/vision_mission.html)
- Fandy Tjiptono. (2017). *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima* (3rd ed.). ANDI.
- Fandy Tjiptono, G. C. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). ANDI.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS*. CV. BUDI UTAMA.
- Hakim, A. (2016). *Metode Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Inteligencia Media.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2017). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Indra Aditia. (2012). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang The Factors which Influence Customer ' s Satisfaction at UD . Pandan Wangi Semarang*. 1–19.

- Ismail Nurdin, S. H. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Media Sahabat Cendekia.
- Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8576>
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT. Raja Grafindo Persada.
- KBBI. (2016a). *Definisi Digitalisasi*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/DIGITALISASI>
- KBBI. (2016b). *Definisi Pelayanan*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan>
- KEMENAG. (2021a). *Al-Quran Surah Al-Baqarah 276*. QUR'AN KEMENAG. <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/276>
- KEMENAG. (2021b). *Al-Quran Surah Al-Maidah 78*. QUR'AN KEMENAG. <https://quran.kemenag.go.id/sura/5/68>
- Lili Suryati, A. S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (2nd ed.). CV. BUDI UTAMA.
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Mhd Rusydi. (2017). *Customer Excellent*. Gosyen Publishing.
- Muslich Anshori, S. I. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Nafi, M. (2019). *Pertumbuhan Penetrasi Smartphone di Indonesia*. Statista. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/05/penetrasi-smartphone-terhadap-jumlah-penduduk-indonesia>

- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*. KENCANA.
- OJK. (2016). Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum. *Ojk.Go.Id*, 1–9. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>
- OJK. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*.
- Pangiuk, A., EI, M., Baining, M. E., SE, M., & Zawiyah, S. (n.d.). Pengaruh Digitalisasi Bank Syariah Mandiri Dalam Peningkatan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Sumber*. [http://www.academia.edu/download/63616480/JURNAL\\_PENGARUH\\_DIGITALISASI\\_SITI\\_ZAWIYAH-dikonversi20200613-93052-gh4942.pdf](http://www.academia.edu/download/63616480/JURNAL_PENGARUH_DIGITALISASI_SITI_ZAWIYAH-dikonversi20200613-93052-gh4942.pdf)
- Ratminto, D. (2017). *Pelayanan Prima*. Gadjah Mada University Press.
- Selatan, P. K. J. (2018). *Visi & Misi Kota Jakarta Selatan*. Sudin Kominfo Jaksel. <https://selatan.jakarta.go.id/page-pemerintah>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.