

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS DAN KEMUDAHAN LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGUNA ACTION MOBILE PADA BANK ACEH SYARIAH CABANG BLANGPIDIE



Disusun Oleh:

**SURYA DARMA PUTRA DARUSSALAM
NIM. 220603031**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2026 M/ 1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Surya Darma Putra Darussalam
NIM : 220603031
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 05 Juni 2026

Yang Menyatakan



(Surya Darma Putra Darussalam)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Action Mobile Pada Bank Aceh Cabang Blangpidie

Disusun Oleh:

Surya Darma Putra Darussalam
NIM. 220603031

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Pembimbing II,



Dara Amanatillah, M.Sc.Fin
NIP. 198702222023212041

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Dan Kemudahan Layanan Digital
Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Action Mobile Pada
Bank Aceh Cabang Blangpidie**

Surya Darma Putra Darussalam

NIM. 220603031

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 04 Juni 2026

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 198801302018031001

Sekretaris,



Dara Amantillah, M.Sc.Fin
NIP. 198702222023212041

Penguji I,



Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 198307092014032002

Penguji II,



Fayeno Yunanda, S.E., M.Si
NIP. 199603162025052003

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Surya Darma Putra Darussalam
NIM : 220603031
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
E-mail : 220603031@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Action Mobile Pada Bank Aceh Cabang Blangpidie

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 4 Juni 2026

Mengetahui,
Penulis

Surya Darma Putra Darussalam
NIM: 220603048

Pembimbing I

Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
NIP. 19880130201803100

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc.Finn
NIP. 198702222023212041

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Action Mobile Pada Bank Aceh Cabang Blangpidie”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu upaya dalam menyampaikan dan mengamalkan sunnah beliau melalui pengembangan khazanah ilmu pengetahuan. Penyusunan skripsi ini dilalui dengan berbagai proses dan tantangan, sehingga tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam bentuk moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dan memberikan kontribusi, baik dalam lingkup akademik maupun nonakademik. Terimakasih diucapkan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag dan Ana Fitria, S.E., M.Sc, RSA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.

3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku pembimbing I dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku pembimbing II yang telah banyak membantu penulis, memberikan waktu pemikiran serta pengarahan yang sangat baik berupa saran dan bimbingan terhadap skripsi ini.
5. Kepada Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku penguji I dan Fayeno Yunanda, S.E., M.Si selaku penguji II atas waktu, dedikasi, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses sidang skripsi ini. Kritik dan saran yang disampaikan tidak hanya membantu dalam menyempurnakan skripsi ini, tetapi juga menjadi pelajaran berharga bagi pengembangan diri saya di masa depan.
6. Ismail Nura, M.E. selaku Pembimbing Akademik (PA), serta seluruh dosen dan staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh.
7. Pimpinan Cabang, Kasie Umum & SDI, Kasie Operasional, Kasie Funding dan seluruh Karyawan/ti Bank Aceh Cabang Blangpidie, atas arahan dan bimbingannya serta bantuan yang diberikan selama proses penelitian berlangsung. Informasi yang

disampaikan sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang dibutuhkan, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.

8. Teristimewa untuk keluarga tercinta, Bunda, Ayah, kak Yuanda, kak Nurul, kak Soraya, dan abang Adit, yang senantiasa menjadi sumber motivasi dan kekuatan dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa, serta dukungan yang tidak pernah terputus dalam setiap langkah. Pengorbanan, ketulusan, dan kebersamaan kalian menjadi alasan utama penulis dapat mencapai tahap ini.
9. Kepada teman-teman Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2022 yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada teman-teman Tim Y yang selalu hadir saat suka maupun duka, yang telah memberikan warna tersendiri dalam penulisan skripsi ini.
11. Terakhir, saya berterima kasih kepada seseorang yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, Terima kasih karena telah mampu bertahan sejauh ini, tetap kuat di tengah rasa lelah, kecewa, dan tekanan yang datang silih berganti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada penulis

skripsi ini yaitu saya sendiri, Surya Darma Putra Darussalam. Terima kasih telah menyelesaikan apa yang sudah kamu mulai. Kamu layak bangga atas setiap langkah kecil yang kamu ambil, kamu layak bangga atas semua pencapaian yang mungkin tidak dirayakan orang lain. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Berbahagialah dimanapun kamu berada, buatlah dirimu menjadi sosok yang bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Semoga langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sebagai balasan atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, serta berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 04 Juni 2026

Surya Darma Putra Darussalam

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
ـَ	<i>Fathah</i>	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	I
ـُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ـِـي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
ـِـو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
هول : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / َ	<i>Faṭḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يَ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
وِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَمَى : *ramā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *faṭḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

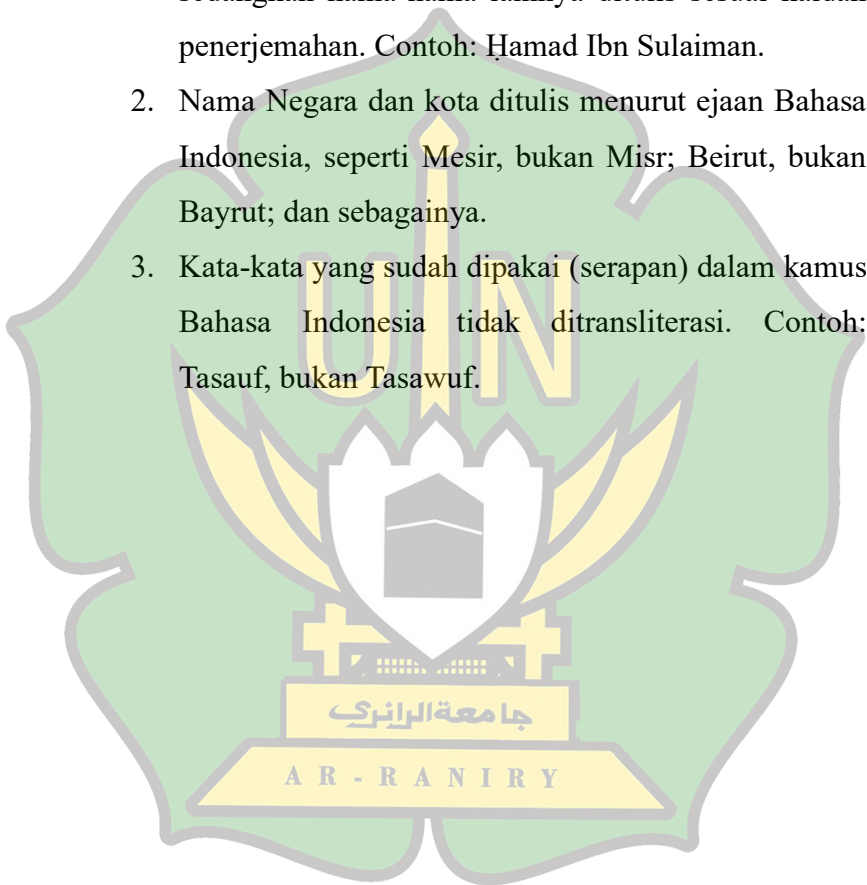
Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl*
 الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*
 طَلْحَة : *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Surya Darma Putra Darussalam
NIM : 220603031
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas dan
Kemudahan Layanan Digital
Terhadap Kepuasan Nasabah
Pengguna Action Mobile Pada
Bank Aceh Cabang Blangpidie
Pembimbing I : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc., Fin

Perkembangan teknologi digital dalam sektor perbankan mendorong bank untuk meningkatkan kualitas dan kemudahan layanan digital guna memenuhi kebutuhan nasabah. Namun, tidak semua aspek layanan digital mampu memberikan kepuasan yang optimal bagi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan kemudahan layanan digital terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 88 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kemudahan layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan digital menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan kualitas layanan itu sendiri.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan Digital, Kemudahan Layanan Digital, Kepuasan Nasabah*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Grand Theory.....	13
2.1.1 Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)	13
2.1.2 Service Quality Theory (SERVQUAL).....	14
2.2 Kepuasan Nasabah.....	16
2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah.....	16
2.2.2 Indikator Kepuasan Nasabah.....	17

2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	18
2.3 Kualitas Layanan Digital	19
2.3.1 Definisi Kualitas Layanan Digital	19
2.3.2 Indikator Kualitas Layanan Digital	20
2.4 Kemudahan Layanan Digital	21
2.4.1 Definisi Kemudahan Layanan Digital	21
2.4.2 Manfaat Kemudahan Layanan Digital.....	22
2.4.3 Indikator Kemudahan Layanan Digital	23
2.5 Action Mobile	24
2.5.1 Definisi Action Mobile	24
2.5.2 Manfaat Penggunaan Action Mobile	26
2.6 Penelitian Terkait.....	27
2.7 Kerangka Berpikir	38
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	39
2.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah.....	39
2.8.2 Pengaruh Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah.....	40
2.8.3 Pengaruh Kualitas dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	44
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1 Sumber Data	46

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4 Definisi dan Operasional Variabel	47
3.4.1 Definisi Variabel	47
3.4.2 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.5 Skala Pengukuran.....	49
3.6 Metode Analisis Data	50
3.6.1 Uji Validitas	50
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.1 Uji Regresi Linear Berganda	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Blangpidie.....	56
4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah.....	57
4.2 Deskripsi Data Responden	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.3 Deskriptif Data Penelitian.....	61
4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan Digital ..	61
4.3.2 Deskripsi Variabel Kemudahan Layanan Digital	62
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah	63
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	64
4.4.1 Uji Validitas	64
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.5 Uji Asumsi Klasik	69

4.5.1 Uji Normalitas	69
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	71
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.6.1 Uji t.....	74
4.6.2 Uji F.....	75
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	76
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	78
4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah.....	78
4.7.2 Pengaruh Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah.....	80
4.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah	82
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan lama menggunakan aplikasi Action	60
Gambar 4. 4 Uji Normalitas	69
Gambar 4. 5 Uji Heteroskedastisitas	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	50
Tabel 4. 1 Rata-rata Skor Tiap Indikator Kualitas Layanan Digital	61
Tabel 4. 2 Rata-rata Skor Tiap Indikator Kemudahan Layanan Digital	62
Tabel 4. 3 Rata-rata Skor Tiap Indikator Kepuasan.....	63
Tabel 4. 4 Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Digital	64
Tabel 4. 5 Tabel Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan Digital	65
Tabel 4. 6 Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	72
Tabel 4. 10 Uji t.....	74
Tabel 4. 11 Uji f.....	76
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner Penelitian	101
Lampiran 3 Uji Validitas.....	109
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	114
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	116
Lampiran 7 Hasil Koefisien Determinasi	117
Lampiran 8 r Tabel.....	118
Lampiran 9 t Tabel.....	120



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi cara kerja dunia bisnis, khususnya dalam industri perbankan. Lembaga perbankan kini tengah bertransformasi menuju era digital dengan mengadopsi berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, yang dikenal sebagai perbankan digital. Inovasi ini mencakup layanan seperti *mobile banking*, *internet banking*, serta integrasi dengan platform digital lainnya seperti dompet elektronik dan pembayaran berbasis *QR code*. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan penggunaan data nasabah melalui teknologi seperti kecerdasan buatan dan analisis data besar, sehingga bank mampu memberikan layanan yang cepat, efisien, dan disesuaikan dengan kebutuhan individu. Selain itu, akses terhadap layanan perbankan menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *mobile*, tanpa harus mengunjungi kantor fisik (Wanda, A, 2024). Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kinerja dan efisiensi operasional bank, tetapi juga mendorong perluasan inklusi keuangan di era digital saat ini (Adriansyah & Fauziah, 2025).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan nilai transaksi ekonomi digital tertinggi di Asia Tenggara, dan saat ini mengalami pertumbuhan pesat dalam penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi, khususnya *mobile banking*. Lonjakan ini sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di berbagai wilayah, termasuk di area yang sebelumnya kurang terlayani oleh sistem perbankan tradisional. Perkembangan ini turut didukung oleh meningkatnya literasi digital masyarakat, perbaikan infrastruktur jaringan internet, serta berbagai kebijakan pemerintah yang mendorong transformasi digital di sektor keuangan. Kini, masyarakat semakin terbiasa melakukan berbagai aktivitas keuangan seperti transfer, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga investasi secara langsung melalui aplikasi di perangkat *mobile*. Perubahan kebiasaan ini menandai pergeseran menuju ekosistem ekonomi digital, sekaligus membuka kesempatan bagi industri perbankan untuk menjangkau lebih banyak pengguna dan memperkuat inklusi keuangan secara luas (Adriansyah & Fauziah, 2025). Di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat, menjaga kepuasan pelanggan atau nasabah menjadi elemen penting yang menentukan kelangsungan usaha dan keuntungan jangka panjang bagi institusi perbankan (Afrillia., et al., 2022).

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan sebuah usaha. Hal ini karena dengan terciptanya kepuasan, perusahaan dapat memperoleh loyalitas pelanggan, meningkatkan pendapatan (profit), serta memperluas pangsa pasar. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan (Arifin et al., 2023). Secara lebih spesifik, kepuasan nasabah juga dapat dipahami sebagai tingkat terpenuhinya harapan atau ekspektasi awal yang dimiliki terhadap suatu produk maupun jasa. Sebelum melakukan transaksi, nasabah biasanya memiliki persepsi mengenai kualitas dan manfaat yang akan diperoleh. Setelah menerima produk atau layanan tersebut, mereka akan melakukan evaluasi dengan membandingkan antara harapan awal dan pengalaman yang dirasakan. Apabila kenyataan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi, maka nasabah akan merasa puas. Namun, jika hasilnya tidak memenuhi harapan, timbul rasa ketidakpuasan. Dengan demikian, kepuasan nasabah merupakan hasil dari proses perbandingan antara ekspektasi dan realitas yang diterima setelah menggunakan produk atau layanan (Qomarsyah et al., 2023).

Tingkat kepuasan nasabah sangat ditentukan oleh seberapa baik layanan yang diberikan kepada mereka, sehingga peningkatan kualitas pelayanan menjadi hal yang harus diutamakan. Kualitas layanan digital dapat diartikan sebagai sejauh mana suatu layanan berbasis teknologi mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna melalui aspek keandalan sistem, kecepatan respon, keamanan transaksi, serta kemudahan akses informasi secara daring. Mutu layanan memiliki hubungan yang kuat dengan cara konsumen mengambil keputusan dalam memilih dan menggunakan suatu jasa. Berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan (Fitriyani et al., 2023). Selain aspek kualitas, faktor kemudahan dalam penggunaan juga memainkan peran penting dalam menentukan tingkat kenyamanan pengguna. Kemudahan layanan digital sendiri didefinisikan sebagai sejauh mana suatu sistem digital dapat digunakan dengan mudah, dipahami tanpa kesulitan, dan dioperasikan secara efisien oleh pengguna tanpa memerlukan upaya yang berlebihan. Semakin sederhana suatu sistem teknologi untuk digunakan, semakin besar kenyamanan yang dirasakan, sehingga secara tidak langsung dapat menghemat tenaga, waktu, dan biaya. Dalam konteks *mobile banking*, pengguna umumnya menilai bahwa sistem digital yang

intuitif, mudah dimengerti, serta mudah dioperasikan mencerminkan tingkat kemudahan yang mereka harapkan. Di sisi lain, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan bahwa suatu layanan atau produk mampu memberikan manfaat dan memenuhi ekspektasi pengguna. Ketika tingkat kepercayaan terhadap layanan tinggi, hal ini akan berdampak positif pada peningkatan minat dan perluasan penggunaan layanan secara keseluruhan (Ary, S., 2022).

Bank Aceh Syariah merupakan lembaga keuangan yang telah sepenuhnya beralih ke sistem syariah, sejalan dengan penerapan Qanun Lembaga Keuangan Syariah di Provinsi Aceh. Konversi ini menegaskan komitmen bank dalam mendukung penerapan prinsip ekonomi Islam di wilayah tersebut (Kamal, 2023). Bank Aceh Syariah meluncurkan aplikasi *mobile banking* bernama Action (Aceh Transaksi Online) pada 10 November 2020 untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi secara cepat dan aman. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur yang mempermudah nasabah melakukan transaksi, termasuk cek saldo, transfer antar bank, pembayaran tagihan, serta pembayaran zakat dan infaq, yang semuanya dapat diakses melalui *smartphone* (Tasnim & Nurbaiti. 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Triyanti (2021) meneliti peran layanan *mobile banking* dalam meningkatkan kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas

nasabah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan tersebut selanjutnya berdampak pada peningkatan loyalitas. Namun, dalam penelitian tersebut belum memasukkan variabel kemudahan layanan digital sebagai faktor yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah secara langsung. Padahal, dalam konteks perkembangan teknologi perbankan digital saat ini, aspek kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan pengalaman dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan berbasis aplikasi (Triyanti, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Simangunsong (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi BRImo berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Studi tersebut membuktikan bahwa semakin baik kualitas dan semakin mudah suatu layanan digital digunakan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Meskipun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yaitu objek penelitian difokuskan pada aplikasi BRImo milik Bank BRI, yang merupakan bank nasional dengan jangkauan luas dan infrastruktur digital yang lebih mapan (Simangunsong, 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan layanan digital perbankan menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap transaksi yang cepat, praktis, dan aman. Hal ini terlihat dari pesatnya pertumbuhan transaksi digital di sektor perbankan Indonesia. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa nilai transaksi perbankan digital di Indonesia mencapai sekitar Rp87 kuadriliun pada tahun 2024, meningkat 50,6% secara tahunan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin mengandalkan layanan digital seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan berbagai layanan keuangan berbasis aplikasi dalam melakukan aktivitas keuangan sehari-hari. Pada konteks Bank Aceh Cabang Blangpidie pengguna aplikasi Action Mobile berjumlah 1084 pengguna pada tahun 2025.

Sejalan dengan hal tersebut, aplikasi Action Mobile menyediakan berbagai fitur layanan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan pembelian layanan digital yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Kemudahan akses ini memberikan fleksibilitas tinggi bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor. Selain itu, peningkatan kualitas layanan digital juga tercermin dari sistem yang semakin stabil, tampilan aplikasi yang mudah dipahami, serta upaya peningkatan keamanan dalam setiap transaksi.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa nasabah pengguna aplikasi Action Mobile, diketahui bahwa nasabah merasa nyaman dan senang dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan minimnya kendala teknis yang dialami, seperti gangguan sistem (*error*), sehingga transaksi dapat dilakukan secara lancar dan konsisten, dan juga ditemukan adanya kecenderungan bahwa sebagian nasabah yang memiliki rekening di Bank Aceh Syariah memanfaatkan lebih dari satu aplikasi mobile banking dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan. Kondisi ini terlihat dari kebiasaan nasabah yang melakukan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan, maupun pembelian layanan digital tidak hanya melalui aplikasi Action Mobile saja, melainkan nasabah juga menggunakan berbagai aplikasi *mobile banking* lain yang tersedia.

Fenomena ini menunjukkan bahwa nasabah semakin aktif dalam memanfaatkan layanan digital perbankan guna memperoleh kemudahan, fleksibilitas, dan efisiensi dalam bertransaksi. Di sisi lain, adanya variasi pilihan aplikasi *mobile banking* juga mencerminkan adanya perbedaan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan dan kemudahan layanan digital yang ditawarkan oleh masing-masing aplikasi. Sebagian nasabah cenderung menggunakan aplikasi tertentu yang dirasa lebih sesuai dengan kebutuhan jenis transaksi apa yang akan digunakan.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena yang terjadi, maka saya mengambil judul penelitian: **“Pengaruh Kualitas dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Action Mobile Pada Bank Aceh Cabang Blangpidie”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dicantumkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan digital yang diberikan oleh Action Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie?
2. Apakah kemudahan layanan digital pada Action Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie?
3. Apakah kualitas dan kemudahan layanan digital yang diberikan oleh Action Mobile secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas layanan digital pada aplikasi Action Mobile berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.

2. Untuk mengetahui kemudahan layanan digital pada aplikasi Action Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.
3. Untuk mengetahui kualitas dan kemudahan layanan digital pada aplikasi Action Mobile secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat diantaranya Adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya perbankan syariah dan layanan digital.
 - b. Menambah literatur dan menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji pengaruh kualitas dan kemudahan layanan digital terhadap kepuasan nasabah.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Bahan evaluasi bagi Bank Aceh Syariah dalam meningkatkan kualitas serta kemudahan layanan

aplikasi Action agar mampu mendorong kepuasan nasabah.

- b. Memberikan gambaran bagi nasabah mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dalam penggunaan layanan digital.
 - c. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang sejenis, baik dengan variabel yang sama maupun dengan menambahkan variabel lain yang relevan.
3. Manfaat kebijakan
- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi regulator perbankan di Indonesia, khususnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan dan evaluasi kebijakan pengembangan layanan perbankan digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang masalah, yang menjelaskan mengapa judul ini dianggap penting secara

singkat, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta terdapat sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian, yaitu: *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dan *Service Quality Theory* (SERVQUAL).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode-metode penelitian yang digunakan peneliti untuk mencari fakta terhadap permasalahan yang meliputi jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis data serta pembahasan dan interpretasi hasil pengolahan data. Bab ini membahas jawaban pertanyaan-pertanyaan pada rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis memaparkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, serta saran yang ditunjukkan untuk berbagai pihak terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Grand Theory

2.1.1 Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)

Teori *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) dikembangkan oleh Oliver et al. (1994) yang berjudul “*Outcome Satisfaction in Negotiation: A Test of Expectancy Disconfirmation*”, teori ini menjelaskan bahwa kepuasan seseorang muncul dari proses perbandingan antara harapan (*expectations*) yang dimiliki sebelum menerima suatu layanan dengan kinerja aktual (*perceived performance*) yang dirasakan setelah menggunakan layanan tersebut. Kepuasan akan timbul apabila hasil atau kinerja yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan yang telah dibentuk sebelumnya, sedangkan ketidakpuasan akan muncul apabila hasil yang diterima lebih rendah dari harapan.

Oliver et al. (1994) menegaskan bahwa tingkat kepuasan ditentukan oleh sejauh mana terjadi kesesuaian atau ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual individu terhadap suatu layanan. Apabila pengalaman aktual melampaui ekspektasi, maka terjadi *positive disconfirmation* yang menghasilkan kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, jika pengalaman aktual tidak memenuhi ekspektasi, maka terjadi *negative disconfirmation* yang mengarah pada ketidakpuasan.

Dengan demikian, *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT) relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan hubungan antara kualitas dan kemudahan layanan digital terhadap kepuasan nasabah. Teori ini menegaskan bahwa kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh performa layanan digital, tetapi juga oleh tingkat ekspektasi awal nasabah sebelum menggunakan layanan tersebut. Dalam konteks perbankan digital seperti Action Mobile, pemenuhan harapan terhadap kualitas dan kemudahan layanan menjadi kunci utama terbentuknya kepuasan nasabah.

2.1.2 Service Quality Theory (SERVQUAL)

Teori kualitas layanan (*Service Quality Theory*) merupakan teori yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang diberikan. Teori ini dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry melalui model SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

Menurut Parasuraman et al. (1988), kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima pelanggan. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka kualitas layanan dianggap baik, sedangkan apabila layanan yang diterima berada di bawah harapan pelanggan maka kualitas layanan dianggap kurang baik.

Teori SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dimensi *tangible* berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, teknologi, dan sarana pendukung layanan. Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara tepat dan akurat sesuai janji. Dimensi *responsiveness* menunjukkan kesediaan perusahaan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan pegawai dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan, sedangkan dimensi *empathy* berkaitan dengan perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).

Dalam penelitian ini, teori SERVQUAL digunakan sebagai grand theory untuk menjelaskan hubungan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Action Mobile*. Kualitas layanan digital yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada nasabah sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Melalui dimensi-dimensi SERVQUAL, penelitian ini dapat mengukur sejauh mana kualitas layanan digital yang diberikan oleh Bank Aceh mampu memenuhi harapan nasabah.

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Definisi Kepuasan Nasabah

Menurut Mumtaz & Jaharuddin (2025) kepuasan nasabah timbul ketika layanan yang diberikan pihak bank dapat memenuhi kebutuhan, kepercayaan, dan nilai religius nasabah, sehingga menimbulkan rasa nyaman serta keyakinan untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dengan kata lain, kepuasan nasabah mencerminkan sejauh mana persepsi terhadap kualitas dan kepercayaan terhadap bank mampu memberikan pengalaman positif yang sepadan dengan ekspektasi mereka.

Kepuasan nasabah adalah label yang digunakan oleh nasabah untuk menggambarkan kumpulan tindakan atau tindakan yang terlihat yang berkaitan dengan produk atau jasa. Misalnya, jika seorang nasabah tersenyum saat melihat produk atau jasa yang dipromosikan, maka nasabah tersebut telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang mereka lihat (D'Ornay, 2021).

Kepuasan nasabah terhadap suatu produk maupun jasa merupakan hal yang sulit dicapai apabila perusahaan tidak benar-benar memahami apa yang menjadi harapan para nasabahnya. Dua produk atau layanan dengan kualitas yang sama bisa saja menghasilkan tingkat kepuasan yang berbeda bagi setiap nasabah. Karena itu, perusahaan perlu senantiasa

memperhatikan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai reaksi atau tanggapan nasabah terhadap perbedaan antara harapan atau tingkat kepentingan sebelum penggunaan dengan kinerja nyata yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut (Sangi et al., 2022).

2.2.2 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2000) dalam Aritonang & Afifah (2021) terdapat beberapa indikator kepuasan nasabah. Adapun indikator kepuasan nasabah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Salah satu cara paling sederhana untuk menilai tingkat kepuasan nasabah adalah dengan menanyakan secara langsung kepada mereka mengenai sejauh mana kepuasan yang dirasakan terhadap produk atau jasa tertentu.

2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Kepuasan nasabah tidak diukur secara langsung, tetapi dilihat dari kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang dirasakan. Jika kinerja perusahaan memenuhi atau melebihi harapan, nasabah akan puas; namun jika tidak sesuai, maka timbul ketidakpuasan.

3. Minat pembelian ulang (*repurchase intent*)

Kepuasan nasabah juga dapat dilihat dari perilaku mereka, yaitu dengan menanyakan apakah nasabah berniat untuk membeli kembali atau menggunakan layanan dari perusahaan di masa mendatang.

4. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain menjadi salah satu indikator penting yang menunjukkan tingkat kepuasan mereka.

2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Widiastuti dan Suhaji (2021) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas produk, yaitu nasabah akan merasa puas ketika hasil penilaian mereka menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas jasa/layanan, yaitu nasabah akan merasa puas ketika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh dirinya.
3. Emosional, yaitu nasabah akan merasa puas apabila pengalaman yang mereka rasakan menimbulkan emosi positif, seperti rasa senang, nyaman, dan dihargai.

4. Harga (*price*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk atau layanan yang diterima.
5. Kemudahan, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan barang atau jasa yang relatif mudah, nyaman, dan efisien.

2.3 Kualitas Layanan Digital

2.3.1 Definisi Kualitas Layanan Digital

Kualitas dapat diartikan dengan berbagai cara oleh orang-orang, seperti sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan, cocok untuk perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan dan cacat, dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk dianggap berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dari suatu produk atau jasa (Mahmud, A., 2022).

Menurut Wibowo & Priansa (2017:159) yang dikutip oleh Arifin et al. (2023), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas ini harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dan merupakan faktor

utama yang menentukan apakah pelanggan akan menggunakan kembali produk atau jasa mereka.

Menurut Tjiptono yang dikutip oleh D'Ornay (2021), kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan disebut kualitas pelayanan. Pelayanan adalah sesuatu yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi karena interaksi antara pelanggan dan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan dengan tujuan menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan atau konsumen.

2.3.2 Indikator Kualitas Layanan Digital

Menurut Bimo (2018) dalam Azzahro (2025) ada lima indikator utama kualitas layanan. Adapun indikator kualitas layanan digital sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangible*)

Menunjukkan sejauh mana layanan digital dapat digunakan dengan mudah, cepat, dan praktis. Aplikasi yang efisien memiliki tampilan antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta waktu respon yang cepat sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses layanan.

2. Keandalan (*reliability*)

Menggambarkan kemampuan sistem digital dalam memberikan layanan secara konsisten dan sesuai dengan

fungsinya. Layanan yang andal mampu beroperasi tanpa gangguan dan memenuhi harapan pengguna secara berkelanjutan.

3. Jaminan (*assurance*)

Kemampuan penyedia layanan dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan kepada pengguna melalui kompetensi petugas, kesopanan, serta jaminan keamanan layanan.

4. Empati (*empathy*)

Kemampuan dalam memberikan perhatian dan pelayanan yang bersifat personal kepada nasabah, baik melalui bantuan petugas, layanan pengaduan, maupun fitur aplikasi.

5. Ketanggapan (*responsiveness*)

Mengacu pada kecepatan dan ketepatan penyedia layanan dalam menanggapi keluhan, pertanyaan, atau masalah yang dialami pengguna.

2.4 Kemudahan Layanan Digital

2.4.1 Definisi Kemudahan Layanan Digital

Kemudahan berarti bahwa seseorang berharap dengan menggunakan teknologi, pekerjaan mereka akan lebih efisien, dan lebih mudah untuk mengoperasikan suatu sistem. Nasabah cenderung lebih mudah memahami cara menggunakan layanan *mobile banking* apabila sistem yang disediakan oleh bank

dirancang secara sederhana dan mudah dioperasikan. Tingkat kesederhanaan dalam penggunaan sistem berperan penting dalam meningkatkan penerimaan pengguna, sebab individu umumnya akan lebih tertarik untuk menggunakan layanan yang dianggap mudah dipahami dan diakses (Hafizh et al., 2023).

Menurut Tegar (2024) Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana individu meyakini bahwa suatu teknologi mudah untuk dipahami dan dioperasikan. Berdasarkan pengertian tersebut, kemudahan penggunaan mencerminkan tingkat keyakinan seseorang dalam proses pengambilan keputusan terkait penggunaan sistem. Apabila pengguna merasa bahwa sistem informasi tersebut sederhana dan tidak rumit untuk digunakan, maka kemungkinan besar ia akan memanfaatkannya. Sebaliknya, jika sistem dianggap sulit dipahami, kecenderungan untuk menggunakannya akan menurun.

2.4.2 Manfaat Kemudahan Layanan Digital

Menurut Tegar (2024), kemudahan penggunaan layanan digital memberikan manfaat berupa peningkatan minat dan keputusan pengguna dalam memanfaatkan fitur digital *banking*, karena pengguna merasa bahwa layanan tersebut tidak rumit, efisien, dan mudah dioperasikan. Kemudahan ini menjadikan pengguna lebih percaya diri untuk mencoba dan terus menggunakan teknologi digital yang ditawarkan oleh bank.

2.4.3 Indikator Kemudahan Layanan Digital

Menurut Sun & Zhang, (2011) dalam Robaniyah & Kurnianingsih (2021) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari empat indikator:

1. Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*)

Indikator ini menunjukkan bahwa layanan digital seperti *mobile banking* harus dirancang secara sederhana, sehingga pengguna baru dapat memahami fitur dan cara penggunaannya tanpa membutuhkan pelatihan khusus. Kemudahan dalam mempelajari cara kerja aplikasi meningkatkan rasa percaya diri pengguna untuk mencoba dan menggunakan layanan tersebut secara mandiri.

2. Mudah digunakan (*ease to use*)

Indikator ini menggambarkan sejauh mana suatu aplikasi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dipahami, tidak rumit, dan tidak memerlukan usaha besar oleh pengguna dalam mengoperasikannya.

3. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Indikator ini menunjukkan bahwa tampilan, menu, dan informasi dalam aplikasi disajikan secara sederhana, jelas, dan mudah dipahami, sehingga pengguna tidak mengalami kebingungan saat menggunakannya.

4. Menjadi terampil (*become skillful*)

Indikator yang menggambarkan kemampuan pengguna untuk cepat terbiasa dan semakin mahir dalam menggunakan aplikasi seiring dengan frekuensi pemakaian.

2.5 Action Mobile

2.5.1 Definisi Action Mobile

Mobile banking adalah layanan perbankan di mana pelanggan dapat melakukan transaksi perbankan dengan perangkat seluler, seperti ponsel atau *smartphone*. Dengan teknologi seperti GPRS (*Enhanced General Packet Radio Services*), GSM (*Global System for Mobile Communication*), dan CDMA (*Code Division Multiple Access*), mobile banking dapat mengakses rekening bank dan melakukan transaksi keuangan secara *real time* seperti cek saldo, transfer, dan pembayaran. Aplikasi Action Mobile Bank Aceh Syariah memiliki populasi pengguna yang relatif kecil dibandingkan dengan aplikasi mobile banking bank-bank regional lainnya. Action Mobile memiliki 500.000 unduhan dan 11.000 ulasan dengan rating 4 bintang menurut data Google Play Store. Aplikasi Action Mobile merupakan salah satu layanan digital dari Bank Aceh Syariah yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui *smartphone*, seperti tarik dan setor tunai tanpa kartu (*action cash*), transfer dana lengkap, pembayaran (*payment*), pembelian

(*purchase*), QRIS, jadwal salat, arah kiblat, dan berbagai fitur layanan pendukung lainnya (Amalia et al., 2025).

Action Mobile sendiri merupakan aplikasi mobile *banking* berbasis syariah yang dikembangkan oleh Bank Aceh Syariah sebagai sarana pelayanan perbankan digital yang terintegrasi. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam mengakses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas oleh jam operasional bank. Selain sebagai media transaksi, Action Mobile juga berfungsi sebagai bentuk inovasi digital Bank Aceh dalam meningkatkan efisiensi pelayanan, keamanan transaksi, serta kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan modern berbasis teknologi. Kehadiran aplikasi ini menunjukkan komitmen Bank Aceh Syariah dalam mengikuti perkembangan digitalisasi sektor perbankan sekaligus mempertahankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanan yang diberikan.

Bank Aceh Syariah menghadirkan Action Mobile, sebuah aplikasi perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan beragam transaksi keuangan lewat *smartphone* tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. Aplikasi ini dirancang sebagai solusi layanan yang lebih praktis, cepat, dan efisien. Seluruh proses transaksi dijalankan dengan berlandaskan prinsip-prinsip perbankan syariah sehingga sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Dengan memanfaatkan teknologi digital ini, Bank Aceh bertujuan memperbaiki mutu layanan,

memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah di tengah transformasi digital (Natasya & Yamani, 2023).

2.5.2 Manfaat Penggunaan Action Mobile

Natasya dan Yamani (2023) dalam penelitiannya menyatakan manfaat dari penggunaan aplikasi Action Mobile adalah:

1. Mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja.

Aplikasi *Action Mobile* memberikan fleksibilitas tinggi bagi nasabah Bank Aceh Syariah karena dapat diakses melalui *smartphone* tanpa perlu datang langsung ke kantor. Hal ini mempermudah berbagai aktivitas perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta pengecekan saldo dan mutasi rekening

2. Menghemat biaya operasional bank melalui digitalisasi layanan.

Dengan beralih ke sistem digital melalui *Action Mobile*, Bank Aceh Syariah dapat menekan penggunaan dokumen fisik seperti formulir cetak, brosur, dan katalog produk. Seluruh informasi dan layanan kini disajikan dalam bentuk digital, yang tidak hanya mengurangi biaya operasional tetapi juga lebih ramah lingkungan. Penghematan ini berdampak pada efisiensi sumber daya

bank serta mendukung transformasi menuju layanan perbankan modern berbasis teknologi.

3. Memberikan akses informasi yang lebih cepat dan transparan kepada nasabah.

Melalui aplikasi *Action Mobile*, nasabah dapat memperoleh informasi terkait status transaksi, saldo rekening, dan riwayat mutasi secara *real-time*. Ketersediaan informasi ini meningkatkan transparansi dan kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan syariah yang dijalankan Bank Aceh. Selain itu, nasabah tidak lagi harus menunggu laporan atau datang ke kantor Bank Aceh untuk mendapatkan informasi keuangannya, karena semua data tersedia secara langsung di aplikasi.

4. Mendukung penerapan prinsip syariah dalam transaksi digital.

Semua aktivitas transaksi dalam *Action Mobile* tetap mengikuti ketentuan hukum Islam melalui akad *Wakalah*, sehingga layanan digital ini tetap sesuai dengan prinsip-prinsip perbankan syariah. Dengan demikian, aplikasi ini tidak hanya inovatif dari sisi teknologi, tetapi juga tetap menjaga nilai-nilai syariah yang menjadi dasar operasional Bank Aceh Syariah.

2.6 Penelitian Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh Rismawan (2024) berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap

Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen” bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan digital memengaruhi kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Action Mobile*. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan kecepatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menjelaskan bahwa semakin baik kualitas layanan *mobile banking* yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan adalah aspek keamanan dan keandalan sistem.

Penelitian yang dilakukan oleh Azzahro (2025) berjudul “Digitalisasi Bank Aceh terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah serta Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah di Kawasan Agraris Aceh Barat” bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan digitalisasi layanan perbankan, khususnya melalui aplikasi *Action Mobile*, berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas

pelayanan dan kepuasan nasabah, serta secara tidak langsung meningkatkan loyalitas mereka. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan keamanan sistem menjadi indikator dominan yang membentuk persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan digital Bank Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Fianto et al. (2021) menganalisis kualitas layanan *mobile banking* pada bank-bank syariah di Indonesia serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengukur beberapa dimensi kualitas layanan digital, seperti keandalan sistem, keamanan transaksi, daya tanggap layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta efisiensi fitur yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, di mana aspek keamanan dan kemudahan penggunaan menjadi faktor paling dominan dalam membentuk persepsi positif pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan bank, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Penelitian Pasupati et al. (2025) “Pengaruh Kualitas Layanan Digital *Banking* dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali”. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel penelitian terdiri dari 94 responden nasabah aktif *mobile*

banking BPD Bali yang dipilih dalam penelitian, dan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu kualitas layanan digital *banking* dan kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan kemudahan penggunaan aplikasi menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dibanding kualitas layanan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan aspek kemudahan penggunaan dan kualitas layanan digital dalam mempertahankan loyalitas nasabah di era transformasi digital perbankan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hafizh et al., 2023) berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI). Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta kepuasan nasabah terbukti

berperan sebagai variabel intervening yang memperkuat pengaruh kualitas layanan dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kepuasan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Suteja & Ariasih (2025), berjudul “Pengaruh kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* BCA. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, demikian pula kemudahan penggunaan yang terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* BCA. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital dan semakin mudah aplikasi digunakan, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Rafli & Yunanto (2024) dalam jurnal Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman nasabah terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Livin' by Mandiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dan pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 170 orang. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai probabilitas sebesar 0,206 ($p > 0,05$), nilai C.R sebesar -1,264, serta koefisien sebesar -0,212. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan belum tentu menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada penggunaan mobile banking. Sementara itu, variabel pengalaman nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), nilai C.R sebesar 6,482, dan koefisien sebesar 1,378. Selain itu, kepuasan nasabah juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai C.R sebesar 6,663. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ($p = 0,705 > 0,05$), serta kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan

terhadap loyalitas nasabah ($p = 0,310 > 0,05$). Meskipun demikian, kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan dan pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Yola Putri Rahayu dan Euis Widiati (2024) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pada pembukaan rekening online melalui aplikasi M-BCA milik Bank Central Asia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda serta teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 5,104. Selain itu, variabel kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 7,873. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung sebesar 447,555, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan semakin mudah penggunaan aplikasi, maka

tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Hal ini menegaskan pentingnya kedua variabel tersebut dalam meningkatkan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan.

Penelitian yang dilakukan oleh Widjaya dan Munawaroh (2023) berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan beberapa dimensi kualitas layanan elektronik, yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *assurance/trust*, *site aesthetics*, *responsiveness*, dan *contact*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden yang diambil dari populasi 1.200 nasabah menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, secara parsial hanya beberapa variabel yang berpengaruh signifikan, yaitu *fulfillment*, *system availability*, *assurance/trust*, dan *site aesthetics*. Sementara itu, variabel *efficiency*, *privacy*, *responsiveness*, dan *contact* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, meskipun sebagian memiliki arah pengaruh positif.

Perbedaan dan persamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rismawan (2024), Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireun.	Kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana.	-Objek penelitian yaitu Bank Aceh -Menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner -Variabel independen: Kualitas layanan digital -Variabel dependen: Kepuasan nasabah	-Lokasi penelitian
2.	Azzahro (2025), Digitalisasi Bank Aceh Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah di Kawasan Agraris Aceh Barat.	Kuantitatif dengan <i>path analysis</i> .	-Objek penelitian yaitu Bank Aceh -Fokus kajian yaitu layanan perbankan digital	-Lokasi penelitian
3.	Fianto, Rahmawati & Supriani	Kuantitatif (PLS-SEM)	-Fokus kajian: kualitas layanan <i>mobile banking</i>	-Ruang lingkup penelitian

No.	Nama, Tahun & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	(2021), <i>Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks.</i>		-Variabel dependen: kepuasan nasabah	
4.	Pasupati et al. (2025), Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali	Kuantitatif dengan kuesioner terhadap pengguna aplikasi <i>mobile banking</i> BPD Bali	-Variabel independen: kualitas layanan digital dan kemudahan -Menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner	-Lokasi penelitian -Variabel dependen: loyalitas nasabah
5.	Hafizh et al., (2023), Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel	Kuantitatif dengan kuesioner terhadap pengguna <i>Mobile Banking BSI</i>	-Variabel independen: kualitas layanan -Menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner.	-Variabel dependen: kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

No.	Nama, Tahun & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Intervening			
6.	Suteja & Ariasih, (2025), Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna Mobile Banking BCA.	Kuantitatif dengan kuesioner terhadap pengguna <i>mobile banking</i> BCA.	-Menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. -Variabel independen: kualitas layanan dan kemudahan.	-Objek penelitian: BCA
7.	Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri.	Kuantitatif (PLS-SEM) Kepada 170 responden.	- Variabel Independen: Kualitas Layanan -Variabel Dependen: kepuasan nasabah.	-Variabel Independen: pengalaman nasabah -Variabel Dependen: loyalitas nasabah.
8.	Rahayu, Y. P., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas	Kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden.	Variabel independen dan variabel dependen.	Objek penelitian

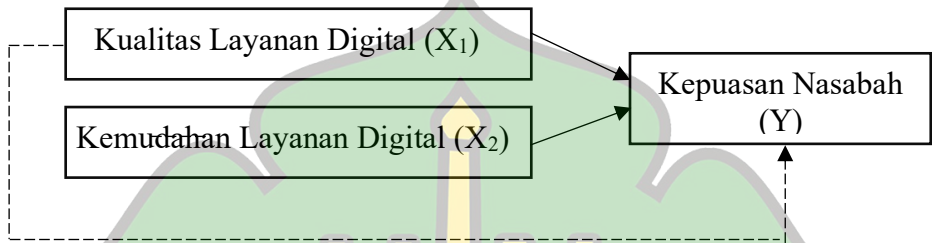
No.	Nama, Tahun & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-Bca Terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online.			
9.	Widjaya, V. A., & Munawaroh, R. S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.	Kuantitatif dengan survei terhadap 92 responden.	Variabel independen x1 dan variabel dependen.	Objek penelitian yang luas.

2.7 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2019), kerangka berpikir merupakan susunan alur pemikiran yang dibangun berdasarkan teori, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik yang dikaji. Kerangka ini berperan untuk menggambarkan keterhubungan antara variabel-variabel penelitian melalui cara berpikir yang logis dan rasional. Dengan adanya kerangka berpikir yang tersusun secara sistematis, hubungan antarvariabel dapat dijelaskan secara ilmiah dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis yang akan diuji (Listiana & Anam, 2025).

Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

- : Parsial
- - - - - : Simultan

Menurut gambar 2.1 kerangka pemikiran diatas, terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang menjadi fokus penelitian. Variabel independen terdiri dari variabel Kualitas Layanan Digital (X₁), variabel Kemudahan Layanan Digital (X₂). Sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan digital merupakan faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu layanan berbasis teknologi. Menurut Wahyono dan Ardiansyah (2021),

kualitas layanan digital mencerminkan sejauh mana layanan berbasis *online* mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna melalui kemudahan akses, kecepatan, keamanan, serta keandalan sistem yang disediakan. Semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan pengguna, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna merasa puas terhadap layanan tersebut.

Hasil penelitian Wahyono dan Ardiansyah (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *ShopeeFood*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka alami. Temuan tersebut sejalan dengan teori kepuasan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja layanan melebihi harapan pengguna.

H₁: Kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.8.2 Pengaruh Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Kemudahan layanan digital merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan berbasis teknologi. Menurut Febi dan Hardilawati (2025), persepsi kemudahan menunjukkan sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan suatu sistem digital tidak

memerlukan banyak usaha dan mudah dipahami. Ketika pengguna merasa bahwa layanan digital mudah digunakan, mereka akan cenderung lebih puas dan nyaman dalam memanfaatkannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Febi dan Hardilawati (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *platform* Shopee. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin mudah suatu layanan digital digunakan, semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan tersebut.

H₂: Kemudahan layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.8.3 Pengaruh Kualitas dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas dan kemudahan layanan digital merupakan dua faktor penting yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap layanan berbasis teknologi. Dalam dunia perbankan digital, kedua aspek ini menjadi indikator utama keberhasilan layanan karena berhubungan langsung dengan pengalaman dan persepsi nasabah terhadap kinerja aplikasi yang digunakan.

Menurut Wahyono dan Ardiansyah (2021), kualitas layanan digital yang baik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena layanan yang cepat, aman, dan andal akan memenuhi ekspektasi pengguna terhadap layanan *online*. Ketika

pelanggan merasakan kualitas yang tinggi, mereka cenderung merasa puas dan tetap setia menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, hasil penelitian Febi dan Hardilawati (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin mudah suatu sistem digital dioperasikan, semakin besar tingkat kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kualitas layanan digital memiliki peranan yang saling memperkuat dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengguna.

H₃: Kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif digunakan karena penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme dan bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antarvariabel, dengan data yang terukur dan dianalisis menggunakan teknik statistik.

Penelitian asosiatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital terhadap kepuasan nasabah. Menurut Sugiyono (2023), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena tertentu berdasarkan hubungan antarvariabel tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berusaha menganalisis dan menguji sejauh mana variabel X memengaruhi variabel Y melalui pendekatan kuantitatif-asosiatif.

Dengan demikian, penggunaan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan empiris yang dapat menjelaskan pengaruh kualitas dan kemudahan layanan digital

terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Action Mobile pada Bank Aceh Cabang Blangpidie. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan dan peningkatan kualitas layanan digital Bank Aceh agar lebih efektif, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh Cabang Blangpidie pengguna Aplikasi Action Mobile, yang secara administratif tercatat sebanyak 1084 pengguna berdasarkan data internal bank.

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Menurut Sugiyono (2023) sampel adalah sebagian individu yang berasal dari populasi dan memiliki karakteristik tertentu, di mana informasi yang diperoleh melalui sampel tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan kondisi populasi secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan

jenis *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang harus dimiliki responden. Sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan nasabah aktif Bank Aceh Cabang Blangpidie.
2. Pernah dan masih menggunakan aplikasi Action Mobile.
3. Pernah melakukan transaksi melalui aplikasi Action Mobile.
4. Bersedia mengisi kuesioner.

Penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael,

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = Jumlah sampel

λ^2 = Chisquare (3,841)

d = Tingkat kesalahan (10% $\rightarrow$ 0,1)

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

Maka jumlah sampel yang akan diambil sebagai berikut.

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$s = \frac{3,841 \cdot 1084 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2(1084 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$s = \frac{3,841 \cdot 1084 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01(1083) + 0,96025}$$

$$s = \frac{1040,91}{10,83 + 0,96025}$$

$$s = \frac{1040,91}{11,79}$$

$$s = 88,28$$

Berdasarkan rumus tersebut didapatkan bahwa jumlah sampel (s) $88,28 = 88$, maka penelitian ini menggunakan data dari 88 responden.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa sumber data adalah objek darimana data penelitian dapat diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang didapatkan melalui metode seperti wawancara dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan data primer karena data yang dibutuhkan berkaitan langsung dengan persepsi, pengalaman dan penilaian

subjektif nasabah terhadap kualitas dan kemudahan layanan digital pada aplikasi Action Mobile.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah utama dalam penelitian karena jika tidak mengetahui cara mengumpulkan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang sudah ditetapkan (Sugiyono 2023). Penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dalam memperoleh data, kuesioner dibagikan langsung kepada nasabah pengguna aplikasi Action Mobile pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.

3.4 Definisi dan Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2023) variabel penelitian adalah segala suatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari variabel Kualitas Layanan Digital (X_1), variabel Kemudahan Layanan Digital (X_2). Sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan proses menjabarkan variabel penelitian ke dalam indikator-indikator yang dapat

diukur secara empiris melalui instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2023), setiap variabel dalam penelitian perlu dirumuskan menjadi sejumlah indikator yang berfungsi sebagai dasar penyusunan item instrumen, sehingga proses pengumpulan data dapat berlangsung secara objektif, terukur, dan terstruktur. Operasionalisasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

No	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Layanan Digital (X_1) adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Suatu produk dianggap berkualitas apabila dapat memberi kepuasan atau dapat memberi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Azzahro (2025)	- Berwujud - Keandalan - Ketanggapan - Jaminan - Empati (Bimo, 2018)	Ordinal
2	Kemudahan Layanan Digital (X_2) adalah keyakinan individu bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan dioperasikan, sehingga ketika sistem dianggap sederhana pengguna cenderung memanfaatkannya, namun minat menurun apabila system dirasa sulit. Robaniyah & Kurnianingsih (2021)	- Mudah untuk dipelajari - Mudah digunakan - Jelas dan mudah dimengerti - Menjadi terampil (Sun & Zang, 2011)	Ordinal
3	Kepuasan Nasabah (Y) adalah tingkat perasaan senang atau puas yang muncul ketika layanan atau produk yang diterima sesuai atau melebihi harapan nasabah. Aritonang & Afifah (2021)	- Kepuasan nasabah keseluruhan - Konfirmasi harapan - Minat pembelian	Ordinal

No	Definisi Variabel	Indikator	Skala
		ulang Kesediaan untuk merekomendasikan (Tjiptono, 2000)	

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, karena variabel yang diukur berupa sikap, pendapat, serta persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital, kemudahan layanan digital, dan kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi Action Mobile. Sugiyono (2023), menjelaskan bahwa skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Skala ini juga termasuk jenis skala yang paling umum diterapkan dalam penelitian kuantitatif berbasis survei karena mampu menggambarkan tingkat respons secara bertahap. Jawaban dari setiap item instrumen memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan skala nilai 1-4 (satu sampai empat), seperti pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 2
Skala Pengukuran Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir instrumen benar-benar mengukur aspek yang seharusnya diukur. Uji validitas merupakan ukuran ketepatan instrumen sehingga data yang diperoleh benar-benar mencerminkan konstruk yang diteliti, bukan informasi yang menyimpang atau tidak relevan. Instrumen yang valid akan mampu menggambarkan kondisi responden secara akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian (Iba & Wardhana, 2023). Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dan dengan nilai $(\alpha) = 0,05$.

- Jika r hitung $>$ dari r tabel dan bernilai positif, maka dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen

dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika digunakan dalam situasi yang serupa (Iba & Wardhana, 2023).

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Nilai alpha yang tinggi menunjukkan konsistensi internal antarbutir pernyataan dalam mengukur variabel kualitas layanan digital (X_1), kemudahan layanan digital (X_2), serta kepuasan nasabah (Y). Nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$ (Iba & Wardhana, 2023).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan memastikan bahwa data residual pada model regresi mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dapat diuji menggunakan metode P-P Plot (Iba & Wardhana, 2023)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varians residual pada model regresi konstan atau tidak. Uji heteroskedastisitas dapat diuji melalui *scatterplot* (Iba & Wardhana, 2023).

Model regresi dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau pola *scatterplot* menunjukkan titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi tinggi antarsesama variabel independen dalam model. Multikolinearitas dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil sehingga sulit menginterpretasikan pengaruh masing-masing variabel.

Menurut Iba dan Wardhana (2023), multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF); sebuah model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$.

3.7 Pengujian Hipotesis

3.7.1 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan hubungan linear dengan beberapa variabel independen secara simultan. Model regresi bertujuan menjelaskan besarnya kontribusi setiap variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat melalui koefisien regresi yang dihasilkan. Analisis regresi juga memungkinkan peneliti menilai arah hubungan (positif atau negatif) serta kekuatan pengaruh antarvariabel yang diteliti (Ghozali & Kusumadewi, 2023).

Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda diterapkan untuk melihat sejauh mana kualitas layanan digital (X_1) dan kemudahan layanan digital (X_2) berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah pengguna aplikasi Action Mobile (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Kepuasan Nasabah
a : Konstanta
b₁ : Koefisien kualitas layanan digital
b₂ : Koefisien kemudahan layanan digital
X₁ : Kualitas layanan digital
X₂ : Kemudahan layanan digital
e : Nilai eror

1. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji signifikansi individual dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi linier berganda. Uji t ini berfungsi untuk melihat apakah koefisien regresi dari masing-masing variabel (misalnya, kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital) secara parsial mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel kepuasan nasabah. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (dan nilai signifikansi kecil, misalnya $< 0,05$), maka koefisien variabel tersebut dinyatakan signifikan dan hipotesis bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat diterima (Iba & Wardhana, 2023). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan sebagai berikut.

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.

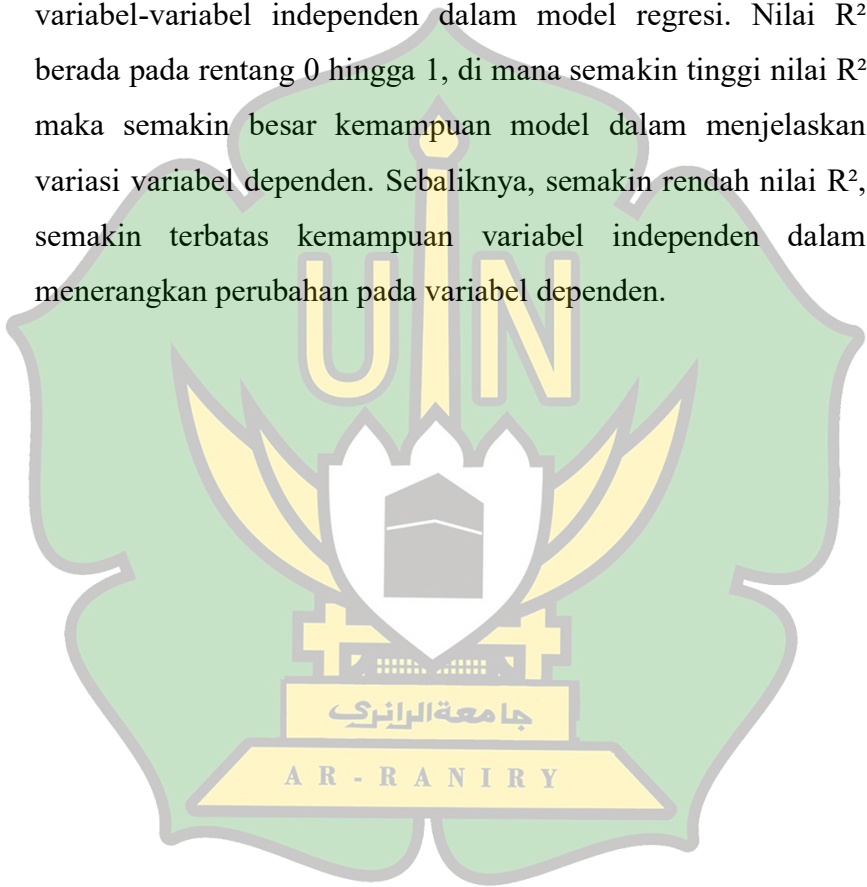
Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier berganda secara keseluruhan layak dan signifikan. Dengan kata lain, uji F menguji hipotesis bahwa semua koefisien regresi (kecuali intercept) sama dengan nol. Jika F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai signifikansi kurang dari tingkat yang ditetapkan (misalnya 0,05), maka hipotesis nol ditolak, yang berarti setidaknya satu variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Iba & Wardhana, 2023). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan sebagai berikut.

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Uji Koefisiensi Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam

menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen berdasarkan variabel independen. Iba dan Wardhana (2023) menjelaskan bahwa koefisien determinasi mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1, di mana semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin rendah nilai R^2 , semakin terbatas kemampuan variabel independen dalam menerangkan perubahan pada variabel dependen.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah PT. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Blangpidie

PT. Bank Aceh didirikan pada tanggal 6 Agustus 1973 dengan nama Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas dalam kegiatan operasional bank, pada tahun 2009 lembaga ini resmi berganti nama menjadi PT Bank Aceh, yang selanjutnya pada tahun 2016 melakukan konversi sistem operasional dari perbankan konvensional menjadi perbankan syariah dan resmi beroperasi sebagai PT Bank Aceh Syariah.

Hingga saat ini, PT Bank Aceh Syariah telah memiliki 26 cabang yang tersebar di Provinsi Aceh, Medan, dan Jakarta. Cabang Blangpidie merupakan cabang yang ke-9. Pada awalnya, Cabang Blangpidie memiliki jaringan kantor yang cukup luas, mencakup wilayah Tapaktuan, Singkil, dan Subulussalam. Seiring dengan perkembangan ekonomi masyarakat dan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, Cabang Blangpidie kemudian dikembangkan menjadi tiga cabang terpisah, yaitu Cabang Tapaktuan, Cabang Singkil, dan Cabang Subulussalam. PT. Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie sendiri terletak di Jl. Sentral No. 02, Kota Blangpidie.

PT Bank Aceh Syariah Cabang Blangpidie sudah berdiri sejak tahun 1987, dimana awalnya hanya memiliki satu kantor cabang pembantu yaitu cabang pembantu (Capem) Manggeng, selanjutnya diikuti dengan Capem Babahrot sebagai kecamatan perbatasan dengan kabupaten nagan raya, kemudian disusul dengan Capem Susoh, Capem Kota Blangpidie, Capem Iskandar Muda, Capem Kuala Batee dan yang baru dibuka pelayanan Kantor Payment Point yang berada di Gedung Badan Pengelola Keuangan Kabupaten Aceh Barat Daya, terhitung sampai sekarang Bank Aceh Cabang Blangpidie sudah memiliki 1 kantor Cabang, 6 Cabang Pembantu, 1 kantor Payment Point, 5 Unit CRM dan 11 Unit ATM yang siap melayani dan memberikan pelayanan prima kepada seluruh nasabah Bank Aceh, dengan jumlah karyawan/ti sebanyak 83 orang yang tersebar pada cabang dan capem-capem yang berada di Kabupaten Aceh Barat Daya.

4.1.2 Visi dan Misi Bank Aceh Syariah

Visi dari Bank Aceh Syariah adalah menjadi bank syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia. Sedangkan misi dari Bank Aceh Syariah yaitu:

- a. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah dan nasional melalui ekonomi kerakyatan.

- b. Memberikan layanan inovatif dan solutif yang unggul berbasis digital bagi nasabah dan masyarakat.
- c. Menjadi sarana pengembangan ekonomi dalam bagi profesional dan karyawan dalam berkarya dan beribadah.
- d. Menerapkan tata kelola perusahaan yang berintegritas dan berorientasi pada nilai-nilai perusahaan.
- e. Menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif guna memberikan nilai tambah bagi seluruh nasabah, pemegang saham dan stakeholders lainnya.

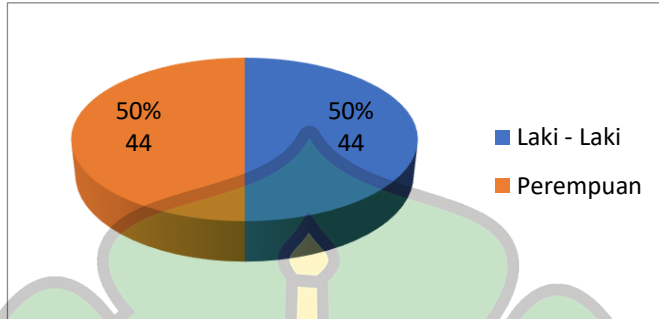
4.2 Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti telah memperoleh data responden melalui penyebaran angket atau kuesioner. Responden dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Aceh Cabang Blangpidie pengguna aplikasi Action Mobile.

4.2.1 Karakteristik Responden

Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini yaitu, jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta lama menggunakan aplikasi Action Mobile. Karakteristik responden tersebut akan dijelaskan lebih lanjut pada gambar diagram berikut.

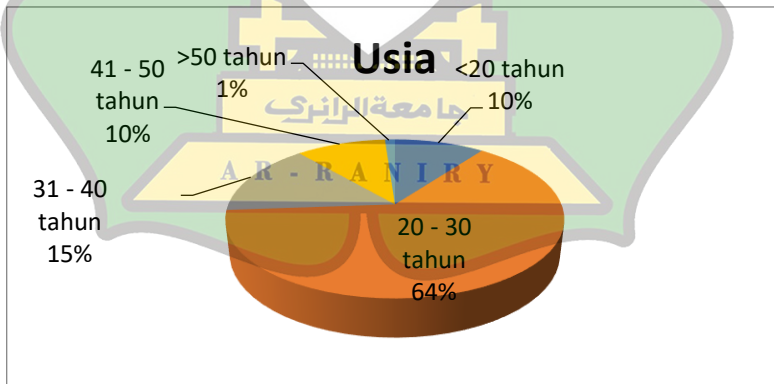
Gambar 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan gambar 4.1 mengenai jenis kelamin responden menunjukkan bahwa dari 88 responden, 44 orang atau 50% merupakan responden perempuan dan 44 orang atau 50% lainnya adalah responden laki-laki.

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



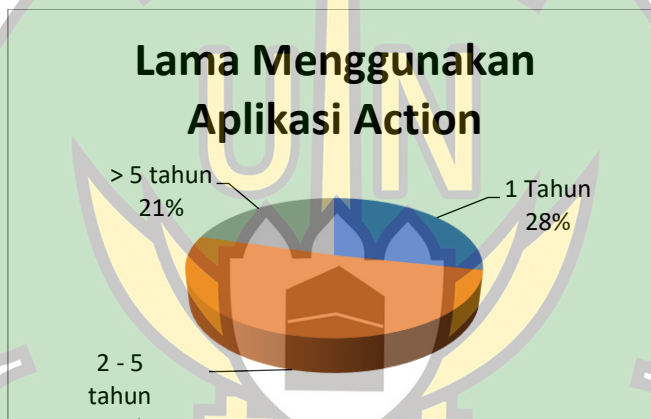
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan gambar 4.2 usia responden menunjukkan bahwa dari 88 responden, sebagian besar berusia 20 – 30 tahun

yaitu sebanyak 56 orang atau 64%. Selanjutnya responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 13 orang atau 15%. Responden dengan usia 41 - 50 tahun dan usia <20 tahun berjumlah sama yaitu sebanyak 9 orang atau 10%, dan responden dengan usia >50 tahun ada sebanyak 1 orang atau 1% saja.

Gambar 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan lama menggunakan aplikasi Action



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan gambar 4.3 lama menggunakan aplikasi Action Mobile menunjukkan bahwa dari 88 responden, sebagian besar sudah menggunakan aplikasi Action Mobile selama 2 – 5 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau 51%. Selanjutnya responden yang sudah menggunakan aplikasi Action Mobile selama 1 tahun sebanyak 25 orang atau 28%, dan responden yang sudah menggunakan aplikasi Action Mobile selama >5 tahun berjumlah 18 orang atau 21%.

4.3 Deskriptif Data Penelitian

4.3.1 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan Digital

Berdasarkan hasil analisis terhadap 88 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Rata-rata Skor Tiap Indikator Kualitas Layanan Digital

No	Indikator	Mean	Kategori
1	Indikator 1	3,32	Sangat Baik
2	Indikator 2	3,16	Baik
3	Indikator 3	3,33	Sangat Baik
4	Indikator 4	3,25	Baik
5	Indikator 5	3,30	Sangat Baik
	Rata – rata total X1	3,27	Sangat Baik

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.1 hasil penelitian variabel X1 diketahui bahwa penilaian responden terhadap masing-masing indikator menunjukkan kecenderungan yang positif. Indikator 1 memperoleh nilai mean sebesar 3,32 yang termasuk dalam kategori sangat baik, Indikator 2 sebesar 3,16 berada pada kategori baik, Indikator 3 sebesar 3,33 termasuk dalam kategori sangat baik, Indikator 4 sebesar 3,25 berada pada kategori baik, dan Indikator 5 sebesar 3,30 termasuk dalam kategori sangat baik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel X1 sebesar 3,27 menunjukkan bahwa variabel tersebut berada dalam kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden

memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel X1, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel X1 dalam penelitian ini adalah sangat baik.

4.3.2 Deskripsi Variabel Kemudahan Layanan Digital

Berdasarkan hasil analisis terhadap 88 responden, diperoleh nilai rata-rata masing-masing indikator sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Rata-rata Skor Tiap Indikator Kemudahan Layanan Digital

No	Indikator	Mean	Kategori
1	Indikator 1	3,30	Sangat Baik
2	Indikator 2	3,27	Sangat Baik
3	Indikator 3	3,37	Sangat Baik
4	Indikator 4	3,35	Sangat Baik
	Rata – rata total X2	3,32	Sangat Baik

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan table 4.2 hasil penelitian variabel X2 diketahui bahwa penilaian responden terhadap masing-masing indikator menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Indikator 1 memperoleh nilai mean sebesar 3,30 yang termasuk dalam kategori sangat baik, Indikator 2 sebesar 3,27 juga berada pada kategori sangat baik, Indikator 3 sebesar 3,37 termasuk dalam kategori sangat baik, dan Indikator 4 sebesar 3,35 yang juga berada pada kategori sangat baik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel X2 sebesar 3,32 menunjukkan bahwa variabel tersebut berada dalam kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang

tinggi terhadap variabel X2, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel X2 dalam penelitian ini adalah sangat baik.

4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 4. 3
Rata-rata Skor Tiap Indikator Kepuasan

No	Indikator	Mean	Kategori
1	Indikator 1	3,29	Sangat Baik
2	Indikator 2	3,31	Sangat Baik
3	Indikator 3	3,18	Baik
4	Indikator 4	3,40	Sangat Baik
	Rata – rata total Y	3,29	Sangat Baik

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.3 hasil penelitian variabel Y dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap masing-masing indikator menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Indikator 1 memperoleh nilai mean sebesar 3,29 yang termasuk dalam kategori sangat baik, Indikator 2 sebesar 3,31 juga berada pada kategori sangat baik, Indikator 3 sebesar 3,18 berada pada kategori baik, dan Indikator 4 memperoleh nilai mean tertinggi yaitu sebesar 3,40 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel Y sebesar 3,29 menunjukkan bahwa variabel tersebut berada dalam kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel yang

diteliti, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Y dalam penelitian ini adalah sangat baik.

4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Pearson Product Moment (Pearson Correlation)* melalui program SPSS. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Jumlah responden yang digunakan dalam uji validitas ini sebanyak 88 responden, sehingga nilai *degree of freedom* (*df*) = $n - 2 = 88 - 2 = 86$. Berdasarkan tabel distribusi *r*, maka diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,2096. Dengan demikian, apabila *r* hitung > 0,2096, maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Berikut hasil uji validitas untuk setiap variabel penelitian.

Tabel 4. 4
Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Digital

Pernyataan	r hitung	r tabel % (df=N-2=86)	Kesimpulan
1	0,684	0,2096	Valid
2	0,665	0,2096	Valid
3	0,735	0,2096	Valid
4	0,770	0,2096	Valid
5	0,666	0,2096	Valid
6	0,729	0,2096	Valid

7	0,763	0,2096	Valid
8	0,691	0,2096	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

. Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas pada variabel kemudahan layanan digital (X1), nilai r hitung masing-masing item berkisar antara 0,665 hingga 0,770. Secara rinci, pernyataan 1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,684, pernyataan 2 sebesar 0,665, pernyataan 3 sebesar 0,735, pernyataan 4 sebesar 0,770, pernyataan 5 sebesar 0,666, pernyataan 6 sebesar 0,729, pernyataan 7 sebesar 0,763, dan pernyataan 8 sebesar 0,691. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa r hitung > r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas layanan digital dinyatakan valid.

Tabel 4. 5
Tabel Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan Digital

Pernyataan	r hitung	r tabel % (df=N-2=86)	Kesimpulan
1	0,845	0,2096	Valid
2	0,820	0,2096	Valid
3	0,737	0,2096	Valid
4	0,816	0,2096	Valid
5	0,728	0,2096	Valid
6	0,777	0,2096	Valid
7	0,758	0,2096	Valid
8	0,777	0,2096	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas pada variabel kemudahan layanan digital (X2), nilai r hitung pada masing-masing item berkisar antara 0,728 hingga 0,845. Secara rinci,

pernyataan 1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,845, pernyataan 2 sebesar 0,820, pernyataan 3 sebesar 0,737, pernyataan 4 sebesar 0,816, pernyataan 5 sebesar 0,728, pernyataan 6 sebesar 0,777, pernyataan 7 sebesar 0,758, dan pernyataan 8 sebesar 0,777. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kemudahan layanan digital dinyatakan valid.

Tabel 4. 6
Tabel Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	r hitung	r tabel % ($df=N-2=86$)	Kesimpulan
1	0,796	0,2096	Valid
2	0,777	0,2096	Valid
3	0,731	0,2096	Valid
4	0,791	0,2096	Valid
5	0,743	0,2096	Valid
6	0,774	0,2096	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas pada variabel kepuasan nasabah (Y), nilai r hitung pada masing-masing item berkisar antara 0,731 hingga 0,796. Secara rinci, pernyataan 1 memiliki nilai r hitung sebesar 0,796, pernyataan 2 sebesar 0,777, pernyataan 3 sebesar 0,731, pernyataan 4 sebesar 0,791, pernyataan 5 sebesar 0,743, dan pernyataan 6 sebesar 0,774. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid. Artinya, setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu

mengukur variabel kepuasan nasabah secara tepat dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang stabil dan konsisten dalam mengukur suatu variabel. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach' Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1	Kualitas Layanan Digital (X1)	8	0,861	0,70	Reliabel
2	Kemudahan Layanan Digital (X2)	8	0,908	0,70	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	6	0,859	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah (2026)

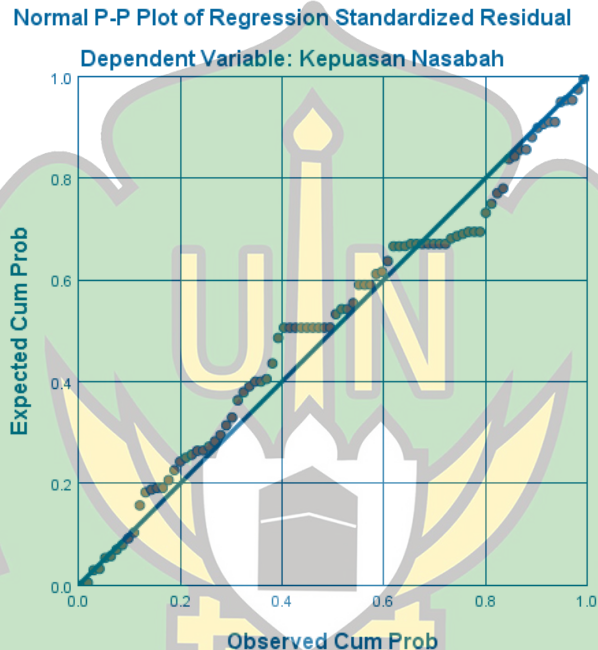
Berdasarkan tabel 4.7 uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan digital (X1) yang terdiri dari 8 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,861. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada variabel kualitas layanan digital memiliki tingkat konsistensi internal yang baik

dan dapat dipercaya. Selanjutnya, variabel kemudahan layanan digital (X2) dengan jumlah 8 item pernyataan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,908. Nilai ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, sehingga seluruh item pernyataan pada variabel ini dinilai konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti. Adapun variabel kepuasan nasabah (Y) yang terdiri dari 6 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,859. Nilai tersebut juga berada di atas standar 0,70, yang berarti instrumen pada variabel kepuasan nasabah memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas layanan digital (X1), kemudahan layanan digital (X2), dan kepuasan nasabah (Y), memiliki instrumen yang reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Gambar 4. 4
Uji Normalitas



Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan grafik 4.1 hasil uji normalitas menggunakan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, dapat dilihat bahwa titik-titik data (*scatter*) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Secara visual, penyebaran titik-titik tidak menunjukkan pola yang menyimpang jauh dari garis diagonal, melainkan cenderung

berada di sepanjang garis dan hanya mengalami sedikit deviasi yang masih dapat ditoleransi. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi residual dalam model regresi mendekati distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Artinya, model regresi yang digunakan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya karena salah satu asumsi klasik, yaitu normalitas residual, telah terpenuhi.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 8
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan Digital	0,315	3,176
Kemudahan Layanan Digital	0,315	3,176

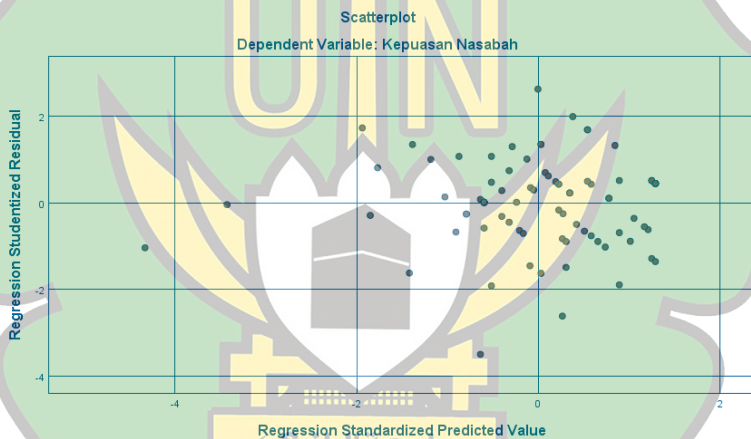
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.8, dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital masing-masing memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,315 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 3,176. Nilai *Tolerance* pada kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital tidak

memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi multikolinearitas dan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis selanjutnya.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 5
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah (2026) R Y

Berdasarkan gambar 4.4 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik data (residual) menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y (*Regression Studentized Residual*). Selain itu, penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (*cone*), melebar, atau bergelombang. Titik-titik

juga tersebar secara relatif merata di sepanjang sumbu X (*Regression Standardized Predicted Value*). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Artinya, varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik.

4.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi linear berganda bertujuan untuk melihat dan mengetahui variabel independen yang dapat menentukan variabel dependen, dimana pada penelitian ini variabel independen adalah variabel kualitas layanan dan kemudahan layanan. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Perhitungan statistik analisis linier berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS. Adapun ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.145	1.195		1.794	.076

Kualitas Layanan	.113	.079	.143	1.438	154
Kemudahan Layanan	.547	.074	.736	7.416	000

Sumber: Data diolah (2026)

Dari hasil penelitian tersebut dapat dituliskan dalam bentuk matematis dari persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,145 + 0,113X_1 + 0,547X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut diketahui masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta (a): Dengan nilai 2,145 ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas layanan dan kemudahan layanan dianggap konstan maka kepuasan nasabah bernilai 2,145.
2. Kualitas Layanan: Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_1) menunjukkan arah sebesar 0,113 menunjukkan bahwa jika variabel kemudahan (X_1) meningkat 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,113 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. Kemudahan Layanan: Koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) menunjukkan arah sebesar 0,547 menunjukkan bahwa jika variabel kemudahan (X_2) meningkat 1%, maka akan terjadi peningkatan terhadap

kepuasan nasabah sebesar 0,547 dengan asumsi variable independen lainnya dianggap konstan.

Dari model regresi diatas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna aplikasi Action Mobile pada PT. Bank Aceh Cabang Blangpidie adalah variabel kemudahan layanan dengan nilai koefisien sebesar 0,547.

4.6.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Apabila nilai t hitung > t tabel dan dengan melihat nilai signifikan kurang dari 0,05.

Tabel 4. 10
Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan Digital	1,438	1,98827	0,154	Tidak berpengaruh
Kemudahan Layanan Digital	7,416	1,98827	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data diolah (2026)

1. Uji t Terhadap Variabel Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil yang didapat pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan Digital secara statistik menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,154 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,154 > 0,05$). Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan Digital (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

2. Uji t Terhadap Variabel Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil yang didapat pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Layanan Digital secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Layanan Digital (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

4.6.2 Uji F

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat α sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima

dan H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 11
Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	680,360	2	340,180	118,642	0,000 ^b
	Residual	243,720	85	28,67		
	Total	924,080	87			

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji F (simultan), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 118,642 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan digital (X1) dan kemudahan layanan digital (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien deretminasi bertujuan untuk menguji hipotesis goodness-fit dari model regresi. Koefisien determinasi adalah partisipasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari R Square yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Semakin besar nilai R Square, maka semakin besar kemampuan Variabel independen dalam

menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian. Hasil Uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4. 12
Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,858	0,736	0,730	1,69331

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji koefisien determinasi di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,736 dan Adjusted R Square sebesar 0,730. Nilai R Square sebesar 0,736 menunjukkan bahwa sebesar 73,6% variasi dalam variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan digital (X1) dan kemudahan layanan digital (X2). Sedangkan sisanya sebesar 26,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini seperti variabel pengalaman nasabah (Rafli & Yunanto, 2024), efisiensi dan keamanan (Zahraini et al., 2025) . Adapun nilai Std. Error sebesar 1,69331 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif kecil, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup baik dalam menjelaskan variabel dependen.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan digital memiliki nilai rata-rata jawaban responden dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna aplikasi Action Mobile menilai layanan digital yang diberikan telah mampu memenuhi harapan mereka, baik dari segi tampilan aplikasi, keandalan sistem, daya tanggap layanan, jaminan keamanan, maupun perhatian terhadap kebutuhan nasabah. Penilaian positif tersebut menunjukkan bahwa secara umum kualitas layanan digital pada aplikasi Action Mobile sudah berjalan dengan baik dan memberikan pengalaman penggunaan yang nyaman bagi nasabah.

Namun, berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,154 > 0,05$, yang artinya variabel kualitas layanan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun nasabah memberikan penilaian yang sangat baik terhadap kualitas layanan digital, kualitas layanan tersebut belum menjadi faktor utama yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan nasabah pengguna Action Mobile. Hal ini dapat terjadi karena nasabah sudah menganggap kualitas layanan digital yang baik sebagai standar dasar yang memang harus dimiliki oleh sebuah aplikasi *mobile banking*, sehingga keberadaannya tidak

lagi menjadi faktor dominan dalam menentukan kepuasan mereka.

Jika dikaitkan dengan teori SERVQUAL, kualitas layanan diukur melalui lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam penelitian ini, kelima dimensi tersebut telah dirasakan dengan baik oleh nasabah, sehingga menghasilkan nilai mean yang tinggi pada variabel kualitas layanan digital. Akan tetapi, teori SERVQUAL juga menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Ketika kualitas layanan telah sesuai dengan harapan dasar nasabah, maka peningkatan kualitas layanan belum tentu mampu meningkatkan kepuasan secara signifikan karena nasabah menganggap layanan tersebut sebagai sesuatu yang sudah sewajarnya diberikan oleh pihak bank.

Dengan demikian, hasil penelitian ini bukan menunjukkan bahwa kualitas layanan digital pada aplikasi Action Mobile buruk, melainkan menunjukkan bahwa kualitas layanan digital sudah berada pada kondisi yang baik dan stabil sehingga tidak lagi menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan nasabah secara langsung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widjaya & Munawaroh (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan digital tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian tersebut mengatakan bahwasanya nasabah tidak

mengganggu faktor faktor seperti: 1) kemudahan dalam melakukan transaksi, 2) penyelesaian transaksi dengan cepat, 3) aplikasi dapat memuat halamannya dengan cepat, dan 4) tidak adanya kesulitan untuk nasabah dalam menemukan layanan aplikasi yang akan digunakan, tidak menjadi alasan yang penting bagi nasabah pengguna *mobile banking* untuk merasakan kepuasan saat bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

4.7.2 Pengaruh Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin mudah layanan digital digunakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Kemudahan layanan digital mencerminkan kemudahan dalam memahami sistem, kejelasan menu, navigasi aplikasi yang sederhana, serta efisiensi dalam melakukan transaksi tanpa mengalami kesulitan.

Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang sangat krusial dalam layanan digital, karena berhubungan langsung dengan pengalaman pengguna (*user experience*). Nasabah cenderung lebih menyukai aplikasi yang intuitif, tidak membingungkan, serta dapat digunakan dengan cepat tanpa memerlukan banyak usaha. Dalam kondisi ini, kemudahan

layanan memberikan rasa nyaman dan efisiensi bagi nasabah, sehingga meningkatkan persepsi positif terhadap layanan yang digunakan.

Jika dikaitkan dengan teori *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)*, kemudahan layanan digital yang dirasakan nasabah telah mampu memenuhi bahkan melampaui harapan mereka, sehingga terjadi *positive disconfirmation*. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan kepuasan nasabah. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu aspek yang paling cepat dirasakan oleh pengguna, sehingga memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan aspek lainnya.

Selain itu, kemudahan layanan juga dapat dikaitkan dengan konsep *perceived ease of use* dalam teknologi informasi, di mana semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi tingkat penerimaan dan kepuasan pengguna. Dalam konteks perbankan digital, kemudahan menjadi faktor penting karena nasabah berasal dari berbagai latar belakang, sehingga aplikasi harus mampu digunakan oleh semua kalangan dengan tingkat pemahaman yang berbeda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suteja & Ariasih (2025) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian Hafizh et al. (2023) juga menemukan bahwa kemudahan layanan digital memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan

layanan merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, terutama dalam penggunaan aplikasi perbankan digital.

4.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, kedua variabel tersebut secara simultan mampu menjelaskan perubahan tingkat kepuasan nasabah secara signifikan.

Meskipun secara parsial kualitas layanan digital tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dikombinasikan dengan kemudahan layanan digital, keduanya memberikan kontribusi yang kuat terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling melengkapi. Dalam konteks ini, kemudahan layanan digital menjadi faktor yang dominan dirasakan secara langsung oleh nasabah, sementara kualitas layanan tetap menjadi faktor pendukung yang memperkuat pengalaman penggunaan secara keseluruhan.

Selain itu, nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan nasabah

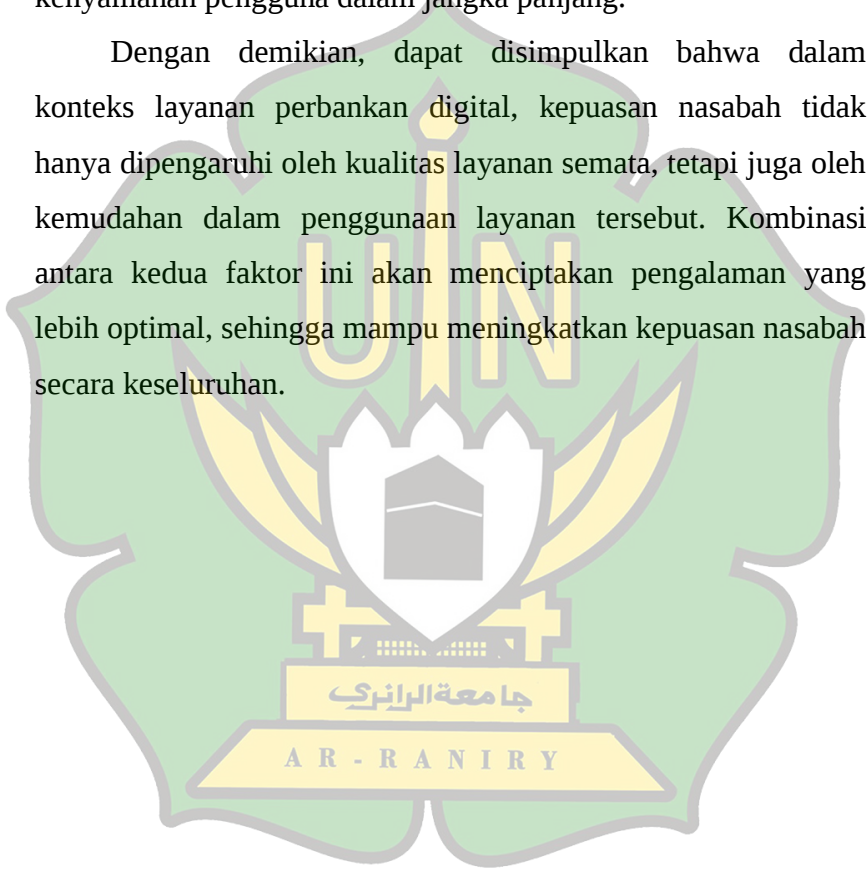
dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepercayaan, keamanan sistem, fitur layanan, serta citra perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah dalam layanan digital bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh berbagai aspek yang saling berhubungan.

Jika dikaitkan dengan teori SERVQUAL, kualitas layanan diukur melalui lima dimensi utama yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam konteks layanan digital perbankan, kemudahan penggunaan aplikasi dapat memperkuat persepsi nasabah terhadap dimensi-dimensi kualitas layanan tersebut. Misalnya, aplikasi yang mudah digunakan akan mendukung keandalan sistem (*reliability*), meningkatkan kecepatan layanan (*responsiveness*), memberikan rasa aman dalam bertransaksi (*assurance*), serta menciptakan kenyamanan bagi nasabah dalam menggunakan layanan digital. Dengan demikian, kombinasi antara kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital akan menciptakan pengalaman penggunaan yang lebih positif sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Widiati (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital

perbankan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor penting yang mampu meningkatkan pengalaman nasabah, sementara kualitas pelayanan berperan dalam menjaga kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam jangka panjang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks layanan perbankan digital, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan semata, tetapi juga oleh kemudahan dalam penggunaan layanan tersebut. Kombinasi antara kedua faktor ini akan menciptakan pengalaman yang lebih optimal, sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan digital tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel kemudahan layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Variabel kualitas layanan digital dan kemudahan layanan digital secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

1. Bagi Pihak Bank Aceh Syariah
Meskipun kualitas layanan digital tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, namun tetap memiliki arah hubungan yang positif. Oleh karena itu, pihak bank disarankan untuk melakukan *maintenance system* rutin pada aplikasi Action Mobile setiap dua kali sebulan misalnya, supaya tetap menjaga dan meningkatkan kualitas layanan digital agar tetap stabil dan sesuai dengan harapan nasabah.

2. Bagi Nasabah

Nasabah diharapkan dapat memanfaatkan layanan digital perbankan secara optimal serta memberikan umpan balik kepada pihak bank terkait kendala atau kebutuhan yang dirasakan, dengan cara memanfaatkan fitur “Hubungi Kami” pada aplikasi Action Mobile. Partisipasi nasabah dalam memberikan masukan akan membantu bank dalam meningkatkan kualitas layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, khususnya pada variabel yang digunakan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah seperti pengalaman nasabah, efisiensi dan keamanan. Peneliti selanjutnya juga bisa menambahkan variabel *intervening* seperti kepercayaan, minat menggunakan, dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, E. P., & Fauziah, S. (2025). Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan konsumen pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk KCP Bandung Cimindi. *Jurnal Dimensi*, 5(1),1-8.
- 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. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(3), 212–220.
- Amalia, F. I., Fitria, R., & Ulva, A. F. (2025). Usability Testing Analysis of Bank Aceh Mobile Action Applications Using Human Centered Design and Heuristic Evaluation Methods. *Journal of Artificial Intelligence and Software Engineering*, 5(2), 843-852.
- Arifin, S., Anisa, N. A., & Utomo, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya. *Journal on Education*, 5(3), 9629-9636. جامعة الرانري
- Aritonang, R. Y., & Afifah, I. N. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan M-Banking Pada Pt Bank Sumut Kc Kisaran. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 450-458.
- Ary Saputra. (2022). *Pengaruh literasi keuangan syariah, kepercayaan, dan religiusitas masyarakat terhadap penggunaan mobile banking syariah di Kecamatan*

Bebesen Aceh Tengah (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry).

Azzahro, S. M. (2025). Digitalisasi Bank Aceh terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah serta Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah di Kawasan Agraris Aceh Barat. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 985-998.

D'Ornay, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sulselbar Cabang Parepare. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 174-183.

Febi, R. N., & Hardilawati, W. L. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee. *JURNAL ILMIAH MAHASISWA MERDEKA EMBA*, 4(1), 991-1003.

Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(1), 59-76.

Fitriyani, E., Kamal, H., & Mukhtasar. (2023). Pengaruh layanan *mobile banking* terhadap jumlah nasabah Bank Aceh Syariah KCP Batuphat, Lhokseumawe. At-Tijarah: *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5(2), 175–188.

Ghozali, Imam & Karlina Aprilia Kusumadewi. (2023). *SmartPLS 4.0: Konsep, Metode, dan Aplikasi*.

- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian (M. Pradana. *CV. Eureka Media Aksara*.
- Listiana, H., & Anam, K. (2025). Strategi Penyusunan Kerangka Berpikir: Meningkatkan Kualitas Penelitian. *JURNAL LENTERA: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 24(1), 146-157.
- Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 258-271.
- Mumtaz, A. H., & Jaharuddin, J. (2025). Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Perspektif Kualitas, Kepercayaan, dan Religiusitas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 19(2), 1199-1220.
- Natasya, A., & Yamani, S. M. R. (2023). *The Validity of Transactions on the ACTION Mobile Application of Bank Aceh Syariah, Indonesia*. *JURISTA: Jurnal Hukum dan Keadilan*, 7(1), 37–63.
- Oliver, R. L., Balakrishnan, P. S., & Barry, B. (1994). Outcome satisfaction in negotiation: A test of expectancy

disconfirmation. *Organizational behavior and human decision processes*, 60(2), 252-275.

Parasuraman, A. B. L. L., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. 1988, 64(1), 12-40.

Pasupati, B., Hapsari, P. I., & Setena, M. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Kuantitatif pada BPD Bali. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(2), 521-533.

Qomarsyah, M. M., Mahyarni, M., & Romus, M. (2023). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Koperasi Syariah BMT Al-Ittihad Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 2(1), 31-39.

Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(5), 3182-3198.

Rahayu, Y. P., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-Bca Terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 35(1), 29-42.

- Rismawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. *Ameena Journal*, 2(2), 130-141.
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53-62.
- 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.
- Shafira, C., 2025. *OJK Sebut Transaksi Digital Perbankan RI Tembus RP 87 Kuadriliun*, Jakarta: detikFinance.
- Simangunsong, F., Sari, D. H., & Opu, N. V. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Brimo Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Batu Ampar. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 6(3), 11-19.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suteja, B., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna Mobile Banking BCA. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 344-350.

- Tasnim, N., & Nurbaiti. (2025). Analisis peranan *Action* dalam memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Kutacane. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 217–223.
- Tegar, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Kemudahan Penggunaan Dan Faktor Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Mobile Banking Cardless Withdrawal (Tarik Tunai Tanpa Kartu) Pada Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 5(1), 117-144.
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51-62.
- Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 21-33.
- Wanda, A. (2024). *RKepuasan nasabah terhadap layanan pembiayaan multiguna dalam penggunaan aplikasi Muamalat DIN pada Bank Muamalat Kantor Cabang Yogyakarta* (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Widiastuti, T., & Suhaji, S. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah: Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Sequis Life Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 53-62.

Widjaya, V. A., & Munawaroh, R. S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 24(1), 14-27.

Zahraini, Z., Diah, M., & Riana, L. (2025). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan M-Banking Action Di Kabupaten Bireuen. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 7597-7604.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS DAN KEMUDAHAN LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA ACTION MOBILE PADA BANK ACEH CABANG BLANGPIDIE

Assalamualaikum,

Dalam Menyusun tugas skripsi pada program Strata Satu (S1)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Surya Darma Putra Darussalam

NIM : 220603031

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis

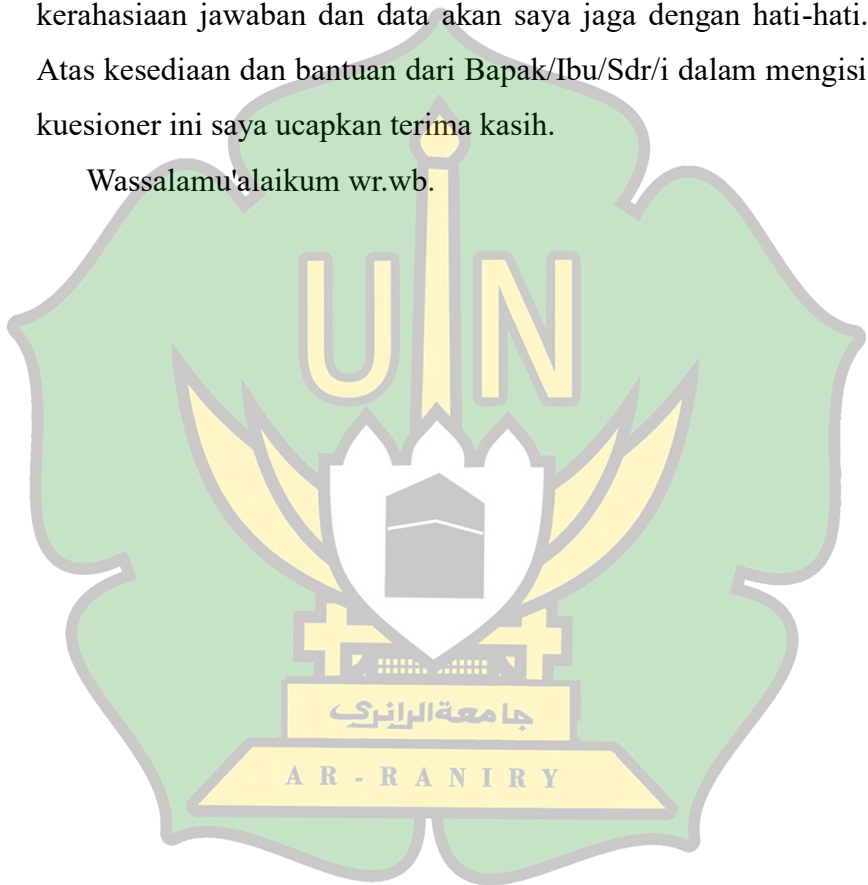
Islam/Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas dan
Kemudahan Layanan Digital
Terhadap Kepuasan Nasabah
Pengguna Action Mobile Pada
Bank Aceh Cabang Blangpidie

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas dan kemudahan layanan digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Action Mobile pada Bank Aceh Cabang Blangpidie.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Indetitas dan jawaban hanya digunakan untuk keperluan penelitian, kerahasiaan jawaban dan data akan saya jaga dengan hati-hati. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.



IDENTITAS RESPONDEN DAN PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Alamat:
3. Jenis Kelamin:
4. Usia:
5. Nasabah pada Bank Aceh Cabang Blangpidie:
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. Berapa lama menggunakan aplikasi Action Mobile:
 - a. 1 Tahun
 - b. 2 – 5 Tahun
 - c. > 5 tahun
7. Pekerjaan:

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan jawaban pada pernyataan berikut ini yang sesuai dengan pendapat saudara/i, dengan cara memberikan tanda (☑) pada kolom yang tersedia keterangan sebagai berikut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

STS(1)	TS(2)	S(3)	SS(4)
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Kualitas Layanan Digital

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Berwujud (<i>tangible</i>)					
1.	Tampilan aplikasi Action Bank Aceh terlihat				

	menarik dan mudah dibaca.				
Keandalan (<i>Reliability</i>)					
2.	Aplikasi Action Bank Aceh jarang mengalami gangguan saat digunakan.				
3.	Transaksi melalui aplikasi Action Bank Aceh berjalan sesuai perintah saya.				
Jaminan (<i>assurance</i>)					
4.	Saya merasa aman melakukan transaksi melalui aplikasi Action Bank Aceh				
5.	Aplikasi Action Bank Aceh memberikan kejelasan informasi terkait transaksi.				
Empati (<i>empathy</i>)					
6.	Aplikasi Action Bank Aceh memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya.				
7.	Bank Aceh memperhatikan kepentingan nasabah dalam pengembangan aplikasi Action.				
Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)					

8.	Pihak Bank Aceh cepat menanggapi keluhan terkait gangguan pada aplikasi Action Bank Aceh.				
----	---	--	--	--	--

Kemudahan Layanan Digital

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Mudah Dipelajari (<i>easy to learn</i>)					
1.	Aplikasi Action Bank Aceh mudah dipelajari meskipun baru pertama kali menggunakannya.				
2.	Saya cepat memahami cara menggunakan fitur-fitur pada aplikasi Action Bank Aceh.				
Mudah digunakan (<i>ease to use</i>)					
3.	Aplikasi Action Bank Aceh mudah digunakan dalam melakukan berbagai jenis transaksi.				
4.	Saya dapat menggunakan aplikasi Action Bank Aceh tanpa mengalami kesulitan.				
Jelas dan Mudah Dimengerti (<i>clear and understandable</i>)					
5.	Informasi dan petunjuk pada aplikasi Action Bank Aceh disajikan dengan jelas.				
6.	Bahasa yang digunakan dalam				

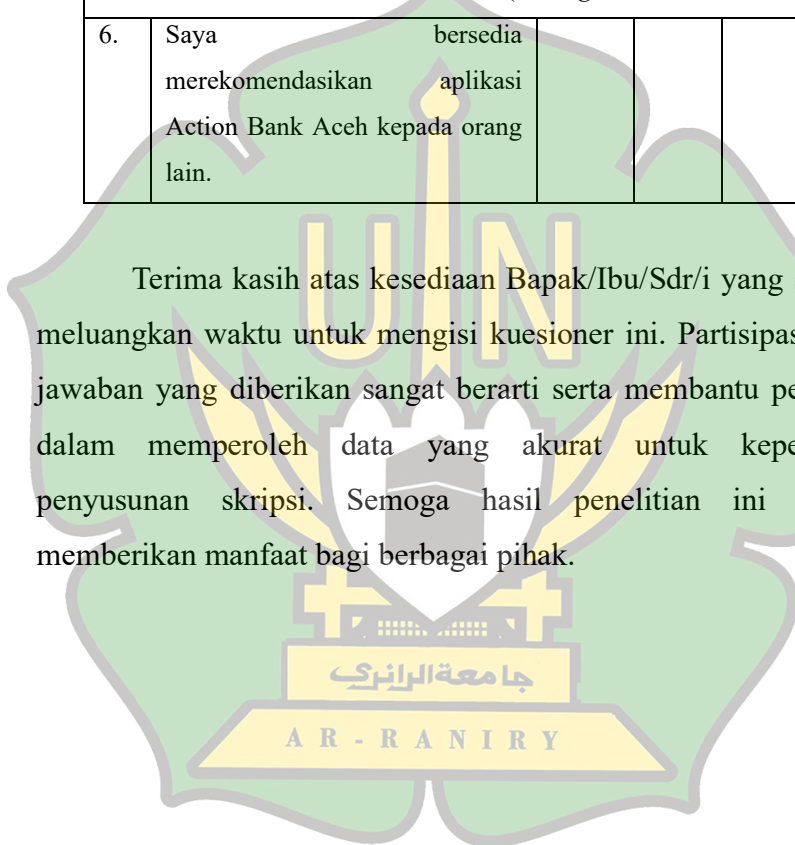
	aplikasi Action Bank Aceh jelas dan mudah dimengerti.				
Menjadi Terampil (<i>become skillful</i>)					
7.	Saya semakin terbiasa menggunakan aplikasi Action Bank Aceh setelah beberapa kali penggunaan.				
8.	Saya merasa terampil dalam menggunakan fitur-fitur pada aplikasi Action Bank Aceh.				

Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>)					
1.	Secara keseluruhan, saya puas menggunakan aplikasi Action Bank Aceh.				
2.	Layanan yang diberikan oleh aplikasi Action Bank Aceh sudah sesuai dengan kebutuhan saya.				
Konfirmasi Harapan (<i>Confirmation of Expectations</i>)					
3.	Fitur dan layanan pada aplikasi Action Bank Aceh bekerja sesuai dengan apa yang saya harapkan.				
Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intent</i>)					
4.	Saya berniat untuk terus menggunakan aplikasi Action Bank Aceh dalam melakukan				

	seluruh transaksi keuangan.				
5.	Saya akan tetap menggunakan aplikasi Action Bank Aceh meskipun tersedia layanan <i>mobile banking</i> lain.				
Kesediaan Untuk Merekomendasikan (<i>Willingness to Recommend</i>)					
6.	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Action Bank Aceh kepada orang lain.				

Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi dan jawaban yang diberikan sangat berarti serta membantu peneliti dalam memperoleh data yang akurat untuk keperluan penyusunan skripsi. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.



Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner Penelitian

1. Variabel Kualitas Layanan Digital

No.	Kualitas Layanan Digital (X1)							
	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1-6	X1-7	X1-8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	4	4	4
5	3	3	3	3	3	2	3	3
6	4	3	4	4	4	4	4	4
7	4	3	4	4	4	4	4	3
8	4	3	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	4	3	4	3	4
10	4	1	3	3	3	3	3	3
11	3	4	3	4	3	4	4	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	4	3	3	4
15	3	3	3	4	4	2	2	3
16	3	3	3	3	3	2	3	4
17	3	4	4	3	4	4	2	1
18	3	3	3	3	3	3	4	3
19	3	3	4	4	3	4	3	4
20	4	4	3	3	4	4	4	3
21	3	4	4	3	3	3	3	3
22	3	2	3	4	3	3	4	3
23	4	3	4	3	4	3	4	4
24	3	4	4	2	3	4	2	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	4	3	4	4	4
27	2	3	4	3	4	2	3	3
28	4	3	3	3	4	2	3	2

29	4	3	3	3	4	3	4	3
30	4	3	4	4	3	3	4	3
31	4	2	4	3	3	3	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	3
33	3	3	3	3	2	4	2	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3
35	1	2	1	1	1	1	1	1
36	3	4	3	4	3	2	3	4
37	4	1	1	1	3	1	2	2
38	1	1	4	4	2	4	4	4
39	3	3	4	2	4	3	3	3
40	3	3	4	4	3	4	2	4
41	1	1	2	1	2	2	1	2
42	3	2	4	4	4	4	3	3
43	4	2	4	4	3	2	3	4
44	3	4	3	4	3	4	3	3
45	3	2	4	3	2	3	2	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	2	3	3	3	3	2	3
48	4	4	3	4	2	3	4	4
49	4	3	3	2	3	4	3	4
50	3	3	3	3	3	3	3	2
51	3	2	2	2	3	2	2	3
52	3	4	4	3	4	3	4	4
53	3	2	3	4	4	3	3	3
54	4	4	4	4	4	3	3	3
55	4	3	4	4	4	4	3	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	3	3	3	3	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	3	4	4	4	4	4	4

62	3	2	3	2	4	3	3	2
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	4	4	3
65	4	3	4	4	4	3	4	4
66	3	3	3	3	3	3	3	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	3	4	4	4	4	3	3
70	3	2	2	2	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	3	2	4	4	3	4	3
74	3	4	3	2	3	3	3	4
75	4	3	4	4	4	4	4	4
76	3	2	3	3	3	3	4	4
77	3	3	2	3	4	4	4	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	2	3	4	3	4	3
80	3	2	3	3	3	3	3	3
81	3	3	3	4	3	1	2	3
82	3	3	3	3	3	4	4	3
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	3	3	4	3	4	3	4
85	3	3	3	3	3	3	3	3
86	3	4	4	4	4	4	4	4
87	3	3	3	3	3	3	3	3
88	4	3	3	4	3	3	3	3

2. Variabel Kemudahan Layanan Digital

No.	Kemudahan Layanan Digital (X2)							
	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	X2-7	X2-8

1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	4	3	4	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	4	3	4	3	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	3	4	3	4	3	4	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	3	3	4	3
15	2	2	3	2	2	2	3	2
16	3	3	2	3	3	3	3	3
17	4	4	4	3	3	3	4	3
18	3	4	4	3	3	4	4	4
19	4	3	4	4	3	3	3	4
20	3	3	3	3	3	3	4	4
21	4	4	3	3	4	4	4	4
22	3	3	4	3	4	3	3	4
23	4	4	3	4	4	4	4	3
24	2	2	3	2	3	3	4	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	3	4	3	4	3	4
27	3	3	2	3	4	3	4	3
28	3	4	3	3	4	3	3	2
29	3	3	4	3	4	4	3	4
30	4	3	4	4	3	4	4	3
31	4	4	3	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4
33	2	2	2	2	3	4	3	2

34	3	3	3	3	3	3	3	3
35	1	1	1	1	1	1	1	1
36	4	3	4	3	4	3	4	3
37	2	3	1	4	3	1	3	2
38	4	4	3	4	3	4	3	4
39	3	4	3	3	3	4	4	4
40	3	3	4	4	3	2	4	4
41	1	1	2	1	2	2	2	1
42	4	4	4	4	4	4	4	3
43	3	4	3	4	2	4	4	4
44	2	3	3	3	4	4	4	3
45	3	2	1	3	4	3	4	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	2	3	2	3	2	2	1
48	4	4	3	2	2	3	3	4
49	3	4	2	3	3	3	4	4
50	2	2	3	3	3	3	3	3
51	2	2	2	3	3	3	3	3
52	4	4	3	3	4	4	4	4
53	3	4	4	3	4	3	3	4
54	3	3	4	3	3	4	3	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	3	3	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4	3	3	2
59	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	3	3	3	3	4	4	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	3
66	3	3	3	3	3	3	3	2

67	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3
69	4	3	4	4	4	4	4	3
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	2	3	3	3	1
73	3	3	4	4	4	4	3	3
74	3	4	3	3	3	3	4	4
75	3	4	4	4	4	4	4	4
76	3	3	4	3	4	4	3	3
77	3	3	3	2	3	4	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	4	3	4	3	3
80	3	3	4	3	3	4	3	4
81	3	4	3	3	3	3	4	4
82	3	3	3	3	3	4	3	3
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	3	4	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	3
86	4	4	2	3	3	4	4	3
87	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	4	2	3	3	3	3	3

3. Variabel Kepuasan Nasabah

No.	Kepuasan Nasabah (Y)					
	Y-1	Y-2	Y-3	Y-4	Y-5	Y-6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	3
4	3	3	4	4	3	3
5	2	2	2	2	2	2
6	3	4	4	3	3	4

7	4	3	4	3	4	4
8	3	3	4	3	4	4
9	4	3	4	3	4	3
10	3	3	3	3	3	3
11	3	4	3	4	3	4
12	3	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	2	2	3
16	3	3	3	3	2	3
17	4	3	4	4	3	3
18	3	3	4	3	4	3
19	4	3	3	4	3	4
20	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	4	3	4
22	3	4	4	4	3	4
23	4	3	4	3	4	4
24	3	3	2	3	2	3
25	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	4
27	3	2	4	2	3	4
28	4	4	3	2	3	3
29	3	4	3	3	2	3
30	4	3	4	4	3	4
31	3	3	3	3	4	3
32	4	4	4	4	4	4
33	2	3	2	2	2	2
34	3	3	3	3	3	3
35	1	1	1	1	1	1
36	3	4	3	2	3	4
37	2	3	4	4	1	3
38	4	4	4	4	4	4
39	3	3	4	4	4	3

40	3	4	4	3	3	4
41	1	2	2	2	1	2
42	4	4	4	4	3	4
43	4	2	3	2	2	3
44	3	4	2	4	3	4
45	3	4	2	3	3	4
46	4	4	4	4	1	4
47	3	2	3	1	3	2
48	3	2	4	3	3	4
49	4	3	3	3	4	4
50	3	3	3	3	3	2
51	2	3	3	4	3	3
52	3	4	4	4	3	4
53	4	3	3	3	4	3
54	3	4	3	4	3	4
55	4	4	4	4	3	3
56	4	4	4	4	4	4
57	3	3	3	3	3	3
58	3	3	2	4	4	4
59	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4
62	3	4	3	4	3	4
63	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	3	4
65	4	4	3	4	3	3
66	3	3	3	3	2	3
67	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	3
69	4	4	3	3	3	3
70	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3

73	3	3	3	4	3	3
74	3	3	3	2	3	3
75	4	4	3	4	4	3
76	4	4	3	4	3	4
77	4	4	4	3	2	3
78	3	3	3	3	3	3
79	2	3	3	3	3	4
80	3	3	4	3	3	4
81	3	3	1	3	3	4
82	3	3	4	4	3	3
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	4
85	3	3	3	3	3	3
86	4	3	3	3	3	4
87	3	3	3	3	2	3
88	3	2	3	2	2	3

Lampiran 3 Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Digital

Correlations										
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	TOTAL X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.375*	.362*	.450**	.547**	.331*	.505**	.396**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1_2	Pearson Correlation	.375**	1	.404*	.424**	.390**	.441**	.360**	.349**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88

X1 _3	Pearson Correlation	.362**	.404*	1	.596**	.440**	.520*	.386**	.492**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1 _4	Pearson Correlation	.450**	.424*	.596*	1	.385**	.483*	.522**	.501**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1 _5	Pearson Correlation	.547**	.390*	.440*	.385**	1	.358*	.516**	.241*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.024	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1 _6	Pearson Correlation	.331**	.441**	.520*	.483**	.358**	1	.525**	.446**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1 _7	Pearson Correlation	.505**	.360*	.386*	.522**	.516**	.525*	1	.531**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1 _8	Pearson Correlation	.396**	.349*	.492*	.501**	.241*	.446*	.531**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.024	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
TO TA L_ X1	Pearson Correlation	.684**	.665*	.735**	.770**	.666**	.729*	.763**	.691**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Kemudahan Layanan Digital

Correlations										
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	TOTAL_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.758**	.610**	.668**	.570**	.571**	.567**	.536**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_2	Pearson Correlation	.758**	1	.459**	.658**	.452**	.569**	.560**	.653**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_3	Pearson Correlation	.610**	.459**	1	.538**	.534**	.536**	.411**	.481**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_4	Pearson Correlation	.668**	.658**	.538**	1	.584**	.535**	.552**	.569**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_5	Pearson Correlation	.570**	.452**	.534**	.584**	1	.528**	.591**	.382**	.728**
	Sig. (2-tailed)									
	N									

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_6	Pearson Correlation	.571**	.569**	.536**	.535**	.528**	1	.542**	.590**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_7	Pearson Correlation	.567**	.560**	.411**	.552**	.591**	.542**	1	.598**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X2_8	Pearson Correlation	.536**	.653**	.481**	.569**	.382**	.590**	.598**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.845**	.820**	.737**	.816**	.728**	.777**	.758**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Correlations								
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	TOTAL_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.578**	.552**	.468**	.569**	.521**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y_2	Pearson Correlation	.578**	1	.411**	.654**	.400**	.575**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y_3	Pearson Correlation	.552**	.411**	1	.494**	.451**	.448**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y_4	Pearson Correlation	.468**	.654**	.494**	1	.450**	.559**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y_5	Pearson Correlation	.569**	.400**	.451**	.450**	1	.504**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
Y_6	Pearson Correlation	.521**	.575**	.448**	.559**	.504**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.796**	.777**	.731**	.791**	.743**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

1. Variabel Kualitas Layanan Digital (X1)

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on	
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.861	.862	8

2. Variabel Kemudahan Layanan Digital (X2)

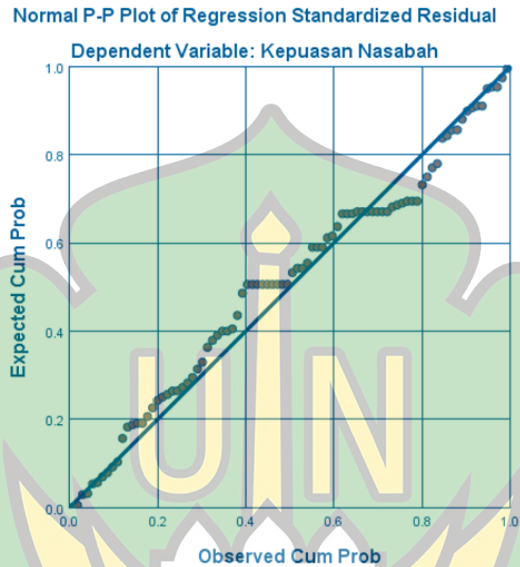
Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on	
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.908	.910	8

3. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on	
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.859	.862	6

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

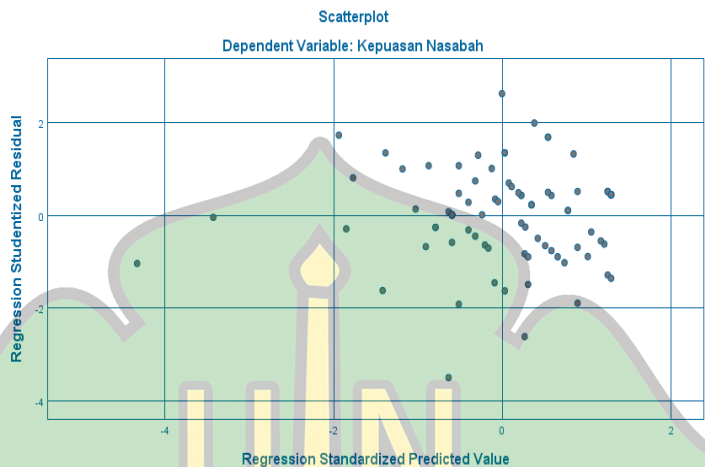
1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan Digital	0,315	3,176
Kemudahan Layanan Digital	0,315	3,176

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.145	1.195		1.794	.076		
	X1	.113	.079	.143	1.438	.154	.315	3.176
	X2	.547	.074	.736	7.416	.000	.315	3.176
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah								

2. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	680.360	2	340.180	118.642	.000 ^b
	Residual	243.720	85	2.867		
	Total	924.080	87			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Layanan Digital, Kualitas Layanan Digital						

Lampiran 7 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.730	1.69331
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Layanan Digital, Kualitas Layanan Digital				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Lampiran 8 r Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 9 t Tabel

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

