

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA ANGKATAN 2020-2021)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**Oleh:**

**Sofyan Syuri**

**NIM : 20108020026**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA ANGKATAN 2020-2021)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA  
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**Oleh:**

**Sofyan Syuri**

**NIM : 20108020026**

**Dosen Pembimbing Skripsi:**

**Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., CMA.**

**NIP: 19840523 201101 1 008**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**

# SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-802/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA ANGKATAN 2020-2021)*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SOFYAN SYURI  
Nomor Induk Mahasiswa : 20108020026  
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Mei 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 6660150866341



Penguji I

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 665f11752c11a



Penguji II

Mahfud Asyari, S.E., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 665e6d1f30ed



Yogyakarta, 21 Mei 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 66601e135b713

## SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI PERBANKAN SYARIAH  
Jl. Marsda Adisucipto Telp./Fax. (0274) 512840 YOGYAKARTA

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Sofyan Syuri  
NIM : 20108020026  
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, Dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu Ekonomi.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosayahkan. atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 8 Mei 2024

Pembimbing,

  
Jauhar Faradis, S.H., M.A., CMA.  
NIP. 19840523 201101 1 008



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofyan Syuri

Nim : 20108020026

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, Dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri dan bukan merupakan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya terdapat pada penyusun.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 8 Mei 2024



Sofyan Syuri  
20108020026

**SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sofyan Syuri

NIM : 20108020026

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DI BANK SYARIAH INDONESIA ”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada tanggal : 8 Mei 2024



(Sofyan Syuri)

**HALAMAN MOTTO**

**“Segala sesuatu yang telah diawali, maka harus diakhiri”**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

### *Bismillahirrahmanirrahim*

*Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam yang selalu  
tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.*

*Skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua orang tua yang saya cintai dan  
sayasayangi, yang tiada hentinya mendukung dan memotivasi saya agar  
senantiasa berjuang untuk menjadi putra kebanggaan keluarga, bangsa dan  
negara.*

*Terima kasih kepada Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., CMA. selaku Dosen  
Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing dan memberi arahan  
kepadasaya.*

*Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan saya kesempatan dan  
ruangbelajar.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge

ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

#### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

مضاعفة	Ditulis	<i>Muta"addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>„iddah</i>

#### C. Konsonan Tunggal

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudahterserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علّة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الّوَلِيّاء	Ditulis	<i>Karamah al auliya"</i>

#### D. Vokal Pendek Dan Penerapannya

---◌◌---	Fathah	Ditulis	A
-			

---◌◌◌---	Kasrah	Ditulis	I
---◌◌◌-	Dammah	Ditulis	U
نَاعِل	Fathh	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تَانِسَى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كَرِيم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فُرُوض	Ditulis	<i>Furud</i>

### F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَاكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْل	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>
---------------------------	---------	------------------------

#### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
الْقِيَّاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama syamsiyyah tersebut

السَّامِ	Ditulis	<i>As-sama'</i>
السَّمْسِ	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

#### I. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُودِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ ”. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah-curahkan kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil Al Makin., MA selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Mahfud Asyari, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama perkuliahan.
5. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A., CMA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya dari awal penuisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan banyak pengalaman kepada saya, terkhusus dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
7. Seluruh karyawan tata usaha umum yang telah membantu saya dalam urusan administrasi akademik perkuliahan saya, serta karyawan tata usaha bagian keuangan yang sudah memberikan pengalaman baru bagi saya dalam hal non akademik.
8. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan baik dari segi moral maupun material serta do'a yang tidak pernah putus kepada saya, sehingga penyusunan ini berjalan dengan baik.
9. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2020 yang telah memberikan banyak pengalaman dan memori berharga selama perjalanan saya di kampus.

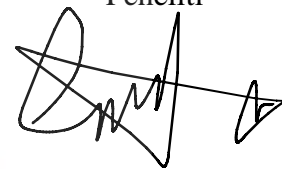


10. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan do'a, motivasi, dan terlibat dalam penulisan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Saya sebagai penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya dan juga pihak-pihak yang nantinya melakukan penelitian yang sama.

Yogyakarta, 23 Maret 2023

Peneliti



Sofyan Syuri



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN.....	vi
AKADEMIK .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT .....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI .....	13
A. Kerangka Teori .....	13
1. Bank Syariah Indonesia .....	13
2. Kepuasan Pelanggan.....	14
3. <i>E-Service Quality</i> .....	16
4. <i>E-trust</i> .....	21
5. Customer Experience.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Penelitian.....	30
D. Pengembangan Hipotesis.....	30
1. Pengaruh <i>E-service quality</i> Terhadap Customer Satisfaction.....	31
2. Pengaruh <i>E-trust</i> terhadap Customer Satisfaction .....	31
3. Pengaruh Customer Experience Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	32

BAB III.....	34
METODE PENELITIAN .....	34
A. Desain Penelitian .....	34
B. Populasi Dan Sampel.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data .....	36
D. Teknik Analisis Data .....	37
1) Uji Validitas.....	38
2) Uji realibilitas .....	38
3) Analisis Deskriptif.....	38
4) Uji asumsi klasik .....	39
4) Uji regresi linier berganda .....	41
6) Uji koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ).....	43
7) Uji F.....	43
8) Uji T.....	44
BAB IV.....	45
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
1. Sejarah singkat Perusahaan.....	45
B. Hasil Dan Analisis .....	45
1. Karakteristik responden .....	45
2. Uji Instrumen Penelitian .....	47
C. Pembahasan .....	61
1. Pengaruh <i>E-service quality</i> terhadap Customer Satisfaction .....	61
2. Pengaruh <i>E-trust</i> terhadap Customer Satisfaction .....	63
3. Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction .....	65
BAB V .....	68
PENUTUP .....	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Implikasi penelitian .....	68
C. Batasan dan kelemahan penelitian.....	69
D. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN .....	79
2. Hasil Respdnen .....	82
13. Surat izin penelitian .....	100
14. Surat Permohonan Penelitian.....	101
CURRICULUM VITAE.....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data bank syariah yang paling banyak digunakan di Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Grafik transaksi digital dan <i>teller</i> .....	3
Gambar 4. 1 Grafik Histogram .....	52
Gambar 4. 2 Uji P-Plot .....	53
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas .....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Deskriptif .....	50
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi .....	58
Tabel 4. 13 Uji Parsial (Uji T).....	59
Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji F).....	61
Tabel 4. 15 Hasil Pengaruh E- Service Quality terhadap Customer Satisfaction .....	62
Tabel 4. 16 Hasil Pengaruh <i>E-trust</i> terhadap Customer Satisfaction .....	64
Tabel 4. 17 Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction.....	66



## ABSTRAK

Meningkatnya nasabah pengguna Bank Syariah Indonesia tidak menjadikan nasabah puas terhadap adanya gangguan internal maupun eksternal perbankan. Bahkan menurut beberapa media memberitakan gangguan pada bank syariah pernah dialami nasabah selama sehari-hari dikarenakan terdapat serangan *cyber* yang membuat layanan bank syariah *error*. Kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh pelayanan yang baik jelas semakin meningkat sebagai dampak dari meningkatnya transaksi online. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, Dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Indonesia untuk mengetahui kepuasan penggunaan digital Bank Syariah Indonesia pasca mengalami error kemarin. Penelitian ini berfokus kepada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2020-2021 dengan jumlah responden sebanyak 142 mahasiswa. Hasil menunjukkan *E-service quality* dan *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, sedangkan *Customer Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

**Kata kunci :** *satisfaction, experience, bank Syariah, mahasiswa, digital*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*Increasing customers who use Bank Syariah Indonesia does not mean that customers are satisfied with the internal and external banking disruptions. In fact, according to several media reports, disruptions in Islamic banks have been experienced by customers for days due to cyber attacks that make Islamic bank services error. Customer satisfaction influenced by good service is clearly increasing as a result of the increase in online transactions. So the authors are interested in conducting research entitled *The Effect of E-Service Quality, E-trust, and Customer Experience on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia to determine the satisfaction of digital use of Bank Syariah Indonesia after experiencing an error yesterday. This research focuses on Bank Syariah Indonesia (BSI) customer satisfaction for 2020-2021 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta students with 142 respondents. The results show that E-service quality and E-trust have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, while Customer Experience has no significant effect on Customer Satisfaction.**

**Keywords :** *satisfaction, experience Islamic banks, students, digital*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan metode transaksi baru. Salah satu contoh perkembangan teknologi menghadirkan inovasi yang signifikan pada sektor perbankan adalah *mobile banking*. *mobile banking* telah mengubah cara bertransaksi dengan bank yang memberikan akses lebih mudah dan praktis terhadap pelayanan perbankan dan membantu bank dalam meningkatkan kinerja operasional yang lebih efisien. Hal ini membuat perusahaan harus berinovasi agar tetap dapat bertahan di era yang terus berkembang (Yogananda & Dirgantara, 2017).

*Mobile Banking* adalah layanan yang disediakan oleh bank untuk nasabah yang disediakan oleh bank (Suwandi & Abin, 2023). Dalam menjalankan aktivitas *mobile banking*, diperlukannya *smartphone* sebagai perangkat terkait transaksi. *Mobile banking* memberikan kemudahan akses dan memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan berbagai macam transaksi perbankan seperti cek saldo, mutasi rekening, pembayaran tagihan, dan transfer dana tanpa harus pergi ke kantor bank, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam aktivitas sehari-

hari (Antonov et al., 2022). Dengan adanya *Mobile Banking* merupakan bentuk *digitalisasi* dan inovasi produk serta layanan yang diberikan oleh bank untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi (OJK.GO.ID).

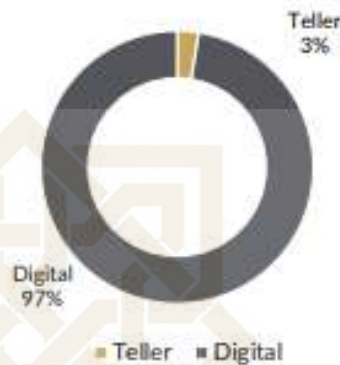


**gambar 1. 1**

#### **Data bank syariah yang paling banyak digunakan di Indonesia**

Berdasarkan data diatas, bahwa bank syariah yang memiliki pengguna terbanyak adalah BSI atau Bank Syariah Indonesia, jika dilihat dari pesaing lainnya (Iip M Aditiya, 2023). Bank syariah terbesar dengan jumlah nasabah terbanyak di Indonesia, memiliki produk *mobile banking* yaitu *BSI Mobile*. *BSI Mobile* adalah aplikasi yang efektif memberikan kemudahan melalui telepon genggam yang aman, cepat dan mudah, serta dapat digunakan kapan saja, di mana saja, tanpa perlu mendatangi kantor bank. Dalam hal ini, mudah digunakan dan sangat bermanfaat bagi nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini

membuktikan Keberhasilan BSI mencapai pangsa pasar yang besar, BSI berperan penting dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia.



**gambar1.2**

#### **Grafik transaksi digital dan teller**

Berdasarkan gambar di atas, menjelaskan bahwa transaksi digital mampu melebihi transaksi secara langsung. Data di atas membuktikan bahwa transaksi yang dilakukan secara digital mencapai 97% transaksi, sedangkan 3% lainnya masih menggunakan transaksi yang bersifat tradisional, yaitu transaksi di kantor. Faktor-faktor yang membuat transaksi digital lebih banyak dilakukan ialah nasabah dapat mengakses kapanpun dan dimanapun, kemudian tidak perlu untuk mengantri Ketika akan melakukan transaksi, dan hemat waktu jika dibandingkan dengan cara tradisional (Anfal & Ekawaty, 2017).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus maju, ada berbagai macam hambatan yang mempengaruhi proses inovasi. Gangguan *internal* dan *eksternal* pada Bank Syariah



Indonesia, seperti serangan *cyber* yang menyebabkan gangguan pada layanan bank syariah tersebut, menyebabkan terganggunya akses nasabah terhadap layanan perbankan, termasuk BSI *Mobile*, mesin ATM, dan layanan *teller* di kantor cabang (Marcelliana & dkk, 2023). Direktur Utama BSI, Hery Gunardi, meminta maaf kepada nasabah dan menegaskan bahwa prioritas utama dalam pemulihan sistem adalah dana dan data nasabah (Prindonesia.CO,2023). Gangguan tersebut dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi nasabah yang mengandalkan layanan tersebut untuk kegiatan transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan keandalan sistem dan memberikan layanan yang optimal untuk memenuhi kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu bank (Mukhtar, 2023). Kepuasan nasabah tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas layanan, kemudahan akses, keamanan dalam bertransaksi, dan lain sebagainya. Upaya inovasi dan memperkuat layanan perbankan yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah (BSI, 2023). Saut meyakini bahwa kepuasan nasabah menjadi kunci utama bagi BSI dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan untuk memastikan seluruh nasabah BSI mendapatkan layanan terbaik. Sebagai bagian dari strategi bisnis, transformasi

*digital* menjadi fokus utama BSI dalam menjaga keberlangsungan bisnis bank dan memperluas cakupan layanan kepada nasabah (BSI, 2023). Oleh karena itu, bank perlu memberikan kualitas layanan yang baik pada nasabah agar memperoleh kepuasan nasabah yang maksimal.

Salah satu untuk mendukung *customer satisfaction* ialah kualitas pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan diperusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan dan memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena biasanya konsumen yang merasa puas akan cenderung akan lebih loyal terhadap perusahaan. Menurut (Sholikhan, 2009) Pelayanan yang berkualitas memiliki dampak yang sangat positif bagi perusahaan, terutama dalam mencapai kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik juga dapat memberikan dampak terhadap rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat memperluas jangkauan nasabah.

Sebaliknya, jika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan pelanggan, perusahaan dapat menyebabkan masalah yang cukup kompleks karena pelanggan yang tidak puas cenderung menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain (Engkur, 2018).

Salah satu pendukung untuk menjaga kepuasan nasabah yaitu kepercayaan (*trust*) nasabah kepada bank (Wahyuni, 2022).

Kepercayaan atau *trust* adalah ketersediaan seseorang untuk memberikan kepercayaan pada pihak lain dengan risiko tertentu (Wahyuni, 2022). Oleh karena itu, untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah, bank harus memberikan prioritas untuk menciptakan hubungan yang efektif dengan nasabah sehingga dapat memperkuat rasa kepercayaan nasabah. Tidak terlepas dari permasalahan yang pernah dialami oleh nasabah tentunya membuat seluruh nasabah BSI yang selama ini menggunakan layanan utama untuk melakukan transaksi menjadi khawatir (Muharrami, 2023). Oleh karena itu, bank perlu mengambil langkah-langkah dan strategi yang tepat seperti keamanan dan perlindungan data nasabah untuk memastikan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap bank dapat dipertahankan (Syarifuddin, 2021). Hal ini dapat menjadikan kepercayaan sebagai variabel yang mempengaruhi *customer satisfaction*.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada perusahaan, terutama pada industri perbankan. Dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang memuaskan dapat mendorong semangat pelanggan dan meningkatkan nilai produk dan layanan. Pengalaman pelanggan yang positif juga dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat antara perusahaan

dengan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Pranoto & Subagio, 2015). Ketatnya persaingan dalam pasar perbankan, bank syariah Indonesia memberikan Solusi sebagai pembeda dengan pesaingnya untuk memberikan Solusi bagi kebutuhan perbankan yaitu adanya layanan prima. Bank Syariah Indonesia percaya bahwa layanan prima harus konsisten dan melibatkan setiap tahap mulai dari kontak awal hingga layanan pasca pembelian. Dengan fokus pada pengalaman pelanggan yang luar biasa, bank syariah Indonesia berkomitmen untuk memberikan layanan yang melebihi ekspektasi dan menetapkan standar baru untuk kepuasan Pelanggan (Anshori, 2024). Oleh karena itu, pengalaman pelanggan sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan perbankan, karena variabel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan (Ainurrochimah & Mahendri, 2023).

Penelitian ini sangat menarik untuk diteliti karena memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama & Artadita (2023), Mahendra & Permatasari (2022), dan (Satriady, 2022). Penelitian sebelumnya berfokus pada penggunaan aplikasi *mobile banking non* syariah seperti link aja dan brimo, serta layanan perbankan konvensional seperti PT Bank Mandiri cabang Tambun Mangunjaya. Namun,

penelitian ini mencakup penggunaan *mobile banking* di bank syariah Indonesia pada mahasiswa UIN Sunan Kalijaga angkatan 2020-2021. Perbedaan ini memberikan wawasan yang berbeda mengenai penerapan teknologi keuangan syariah di kalangan generasi muda, serta dampaknya terhadap literasi keuangan dan peningkatan layanan perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian ini berfokus kepada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2020-2021. Dengan menggunakan sampel mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2020-2021, penelitian ini di harapkan mampu memberikan analisis yang lebih dalam tentang praktik dan gambaran penggunaan layanan *mobile banking* oleh mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, mayoritas memiliki latar belakang studi Islam, sehingga dapat menjadi objek penelitian yang tepat untuk mengeksplorasi persepsi serta harapan nasabah terhadap pelayanan perbankan syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu jasa perbankan dalam memahami pentingnya Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Bank Syariah Indonesia. Selain itu, harapannya penelitian ini dapat berkontribusi terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah yang dapat diperluas lebih lanjut



dalam penelitian selanjutnya. Dari pembahasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, Dan *Customer Experience* Terhadap *Customer Satisfaction* Di Bank Syariah Indonesia untuk mengetahui kepuasan penggunaan *Mobile banking* pasca mengalami *error* kemarin.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia ?
2. Apakah pengaruh *E-trust* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia ?
3. Apakah pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menjelaskan pengaruh *E-service quality* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia ?
2. Menjelaskan pengaruh *E-trust* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia ?
3. Menjelaskan pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* di Bank Syariah Indonesia?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Studi bertujuan menginvestigasi apakah *E-*

*Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Syariah Indonesia. Selain itu, penelitian ini harapannya dapat memberikan kontribusi bagi peneliti dalam menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana yang sedang dijalani oleh peneliti.

## 2. Manfaat Praktik

Penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi referensi penting bagi kalangan akademisi yang tertarik untuk memahami dampak Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Syariah Indonesia.

## 3. Manfaat kebijakan

Penelitian ini harapannya mampu untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi pihak bank dengan menyediakan pemahaman mendalam tentang dampak Pengaruh *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Pelanggan di Bank Syariah Indonesia.

## **E. Sistematika Penulisan**

Struktur pembahasan dalam penulisan ini mencerminkan rangkaian logis dari pemikiran penulis mulai

dari pengantar hingga penutup. Adapun urutannya seperti berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada ini mengawali dengan menegaskan tema penelitian atau judul, menyampaikan latar belakang masalah dalam penelitian yang mencakup fenomena terkait objek kajian serta gambaran permasalahan pada topik kepuasan nasabah. Selain itu, bab pertama juga mencakup rumusan masalah yang diangkat, tujuan dan manfaat penelitian, disusul dengan pembahasan terkait sistematika penulisan untuk memberikan gambaran tentang alur penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini memberikan penjelasan terkait definisi dan konsep yang terkait dengan penelitian, serta menjelaskan hasil temuan terdahulu yang sesuai dengan pembahasan tema penelitian. Peneliti juga menyusun kerangka pemikiran yang menjelaskan arah penelitian ini dan merumuskan hipotesis untuk memfasilitasi jalannya penelitian yang memuat praduga sementara.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III ini dijabarkan oleh peneliti terkait cara atau metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini serta teknik pengumpulan data yang diterapkan. Selain itu,

diuraikan pula mengenai teknik analisis yang digunakan beserta alat analisis yang dipilih oleh peneliti.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV peneliti menguraikan hasil penelitian yang disertai hasil analisis. Selain itu, terdapat penjelasan mengenai jawaban terhadap rumusan masalah sesuai yang dipaparkan pada bab pendahuluan, jawaban dari praduga hipotesis dibuat dapat dilihat dari hasil analisis yang diuraikan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran pada penelitian ini disampaikan kekurangan yang akan dianalisa secara lebih lanjut

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan serta analisis data yang sudah dilakukan mengenai pengaruh variabel *E-service quality* (X1), *E-trust* (X2), dan *Customer Experience* (X3) terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Dengan responden sebanyak 142 nasabah di Bank Syariah Indonesia Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021.
2. *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021.
3. *Customer Experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2020-2021.

#### **B. Implikasi penelitian**

##### **1. Implikasi Teoritikal**

Hasil penelitian mengukur *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menambah referensi yang ada untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang pengujian *E-Service Quality*, *E-trust*, dan *Customer Experience* terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Implikasi Kebijakan

Bank Syariah Indonesia memiliki kebijakan yang baik, tetapi harus mempertahankan dan mengevaluasi kebijakan tersebut. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia harus meningkatkan pengalaman pelanggannya dengan memberikan fasilitas berteknologi canggih dan fasilitas nyaman hal ini untuk meningkatkan Customer Satisfaction.

### C. Batasan dan kelemahan penelitian

1. sampel pada Penelitian ini yaitu mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, karena tidak banyak mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah Indonesia, peneliti menyadari bahwa penelitian ini hanya dapat melibatkan beberapa responden.
2. Batasan dalam penelitian ini adalah bahwa peneliti tidak menggunakan variabel moderasi dan intervening dalam analisis. Hal ini bisa membuat peneliti merasa bahwa analisis belum sepenuhnya memperhitungkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi penelitian. Peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya yang akan datang dapat mempertimbangkan untuk memasukkan variabel moderasi dan intervening untuk memperluas pemahaman tentang hubungan yang diamati dalam penelitian ini.

### D. Saran

1. Pada peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya dapat mempelajari lebih lanjut tentang Customer Experience untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Selain itu, disarankan untuk memperluas



jumlah sampel untuk memastikan hasil penelitian lebih rinci dan akurat serta sesuai dengan perubahan masalah atau isu saat ini sehingga hasilnya lebih optimal dibandingkan dengan penelitian saat ini.

## 2. Pada Bank Syariah Indonesia

Bagi perusahaan atau bank syariah Indonesia, diharapkan untuk terus meningkatkan kepercayaan dan kualitas pelayanan pada aplikasinya, dapat mempertahankan fitur yang dapat meningkatkan kualitas layanan sehingga kepuasan nasabah dalam bertransaksi melalui mobile BSI juga terus meningkat. Selain itu Perusahaan juga perlu memperhatikan pengalaman yang diberikan kepada nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrochimah, R., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Trust Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kabupaten Jombang. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 1097–1111.
- Andayani, N., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah yang Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 780–787.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Anfal, M. A., & Ekawaty, M. (2017). MEMILIH TRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING ( Studi Kasus PT . Bank Muamalat Tbk . Kota Malang ). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Email.*, 1–11.
- Anshori. (2024). *Bank Syariah Indonesia (BSI) Menjadi Pionir Pelayanan Terbaik di Aceh Melalui Ultimate Service - Kilas Aceh*. <https://bandaaceh.pikiran-rakyat.com/serba-serbi/pr-3367804379/bank-syariah-indonesia-bsi-menjadi-pionir-pelayanan-terbaik-di-aceh-melalui-ultimate-service?page=all>
- Antonov, M. P. I., Hassan, F. Z., & Nurisnaini, N. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 189–198. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1458>
- Ardila, T., Rahmidani, R., & Padang, U. N. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan*

*Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Marketplace Bukalapak Di Kota Padang Universitas Negeri Padang. 02(1), 205–218.*

Asnaniyah, S. (2022). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim. *Journal of Comprehensive Islamic Studies, 1(2), 275–302.*  
<https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>

Berliana, M., & Zulestiana, D. A. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan Loyalty pada Pengguna Gopay di Indonesia. *REMIK (Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer), 4(2), 11.*  
<https://doi.org/10.33395/remik.v4i2.10532>

BSI. (2023a). Raih The Indonesia Customer Experience of The Year, BSI Terus Berinovasi & Perkuat Layanan Nasabah. In *Www.Bankbsi.Co.Id*. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/raih-the-indonesia-customer-experience-of-the-year-bsi-terus-berinovasi-perkuat-layanan-nasabah>

BSI. (2023b). Sudah Tembus 5 Juta Pengguna, BSI Terus Perkuat Inovasi Layanan BSI Mobile. In *Kontan.Co.Id*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/sudah-tembus-5-juta-pengguna-bsi-terus-perkuat-inovasi-layanan-bsi-mobile#:~:text=Pada periode kuartal II-2023,45%2C01%25 secara tahunan.>

Dharmawan, D., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction (Studi Pada Pengguna Dompot Digital OVO). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei, 2023(9), 186–196.* <https://doi.org/10.5281/zenodo.7939529>

Dwi, D., & Euis, K. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang Abstrak. 5(1), 348–358.* <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

- Engkur, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 15(01), 23–35. <https://doi.org/10.36406/jam.v15i01.142>
- Gomoi, N. J., Tampi, J. R. E., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen ( Pasien ) Rawat Inap Irina C Rumah Sakit Umum Pusat. *Productivity*, 2(6), 507–510.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), 1–20.
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 3, 98–105.
- Harisandi, P., Hurriyati, R., Dirgantari, P., & Jalaludin, E. (2023). The Influence of Islamic Bank Customer Experience and Perception on Brand Equity and Customer Satisfaction Customer Satisfaction. *International Journal of Educational Narratives*, 1(6), 376–388. <https://doi.org/10.55849/ijen.v1i6.608>
- Hasnah, F., & Suyanto, A. (2020). Analisis Perbandingan E-Service Quality Di Industri Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Bca Dan Bank Mandiri). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(7), 1014–1024. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i7.419>
- Iip M Aditiya. (2023). Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia. In *GoodStats.id*. <https://goodstats.id/infographic/bank-syariah-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-ZMc3>
- Karimuddin Abdullah, Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, N., Masita,

- Ardiawan., K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).
- Khumaini, S., Fahrudin, F., & Samsuri, S. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>
- Kotler, P. (1996). *principles of marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kurniawan, agung widhi, & Puspatiningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur* (Issue April). [https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode Penelitian Kuantitatif %20Panduan Praktis Merencanakan%2C Melaksa.pdf](https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/50344/1/Metode%20Penelitian%20Kuantitatif%20Panduan%20Praktis%20Merencanakan%20Melaksa.pdf)
- Mahendra, D. R., & Permatasari, I. A. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Satisfaction Pada Pengguna Aplikasi Brimo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 19–24. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/620>
- Marcelliana, V., & dkk. (2023). Penerapan Perlindungan Konsumen Terhadap Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Dalam Kasus Kebocoran Data Nasabah. *Deposisi: Jurnal Publikasi Ilmu Hukum*, 1(2), 180–194. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/Deposisi-widyakarya/article/view/577>
- Muharrami, R. S. (2023). Menjaga Kepercayaan pada Bank Syariah. In *detikNews*.

<https://news.detik.com/kolom/d-6744868/menjaga-kepercayaan-pada-bank-syariah>

Mukhtar, M. (2023). Evaluation of Bank BSI Error Service Quality in Increasing Customer Satisfaction. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(05), 69–75.

<https://doi.org/10.58812/wsee.v1i02.68>

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63.

<https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>

OJK.GO.ID. (n.d.). *YUK! KETAHUI PERKEMBANGAN LAYANAN PERBANKAN DI ERA SERBA DIGITAL*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20660>

Paramita, R., Rizal, N., & Sulistyan, riza bahtiar. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2015). Analisa Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/3370/3047>

Pratama, R. A., & Artadita, S. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Mahasiswa Pengguna Link Aja Di Telkom The Effect Of E-Service Quality And Customer Experience On Customer Satisfaction On Students Using Link Aja At Telkom University*. 10(3), 1624–1632.

PRINDONESIA.CO. (2023). *Atasi Gangguan Layanan, BSI Perlu Waktu 4 Hari - PR INDONESIA*. <https://www.prindonesia.co/detail/3209/Atasi-Gangguan-Layanan-BSI-Perlu-Waktu-4-Hari>

Saputri, A. A., & Hardiyanti, W. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,



- Customer Experience Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan SI HARYA (Simpanan Hari Raya) Di PT BPR Artha Tanah Mas Semarang. *Jesya*, 7(1), 107–118. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1339>
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., Jainuri, J., & Waruwu, H. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>
- Satriady, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Tambun Mangunjaya). *MINISTAL: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 1–18. <https://doi.org/10.54259/ministal.v1i1.311>
- Septia, E., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 3(1), 53–62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Shih, K.-H., Hung, H.-F., & Lin, B. (2010). Industrial Management International Association for Computer Information Systems (IACIS) in 2005, Ben Bauman Award for Excellence in IACIS. *International Journal of Accounting and Information Management*, 8(3), 257–277.
- Sholikhah. (2009). PENGARUH PERSEPSI SISWA TENTANG KUALITAS LAYANAN SEKOLAH TERHADAP KEPUASAN SISWA. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 5, 155–171.
- Sugiyono, P. D. (2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. <http://repo.iain->

tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf

Suwandi, S. S. P., & Abin, M. R. (2023). Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 237–246. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.8514>

Syah, A. (2021). *manajemen pemasaran kepuasan pelanggan*.

Syahidah, A. A., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i1.1593>

Syarifuddin, A. D. I. (2021). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Mobile Banking Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Bank BNI Cabang Makassar). *YUME : Journal of Management*, 4(1), 2021–2208. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.76>

Titin, M., Azizah, M., Edi, W., & Inti, N. (2022). PENGARUH PELATIHAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SARAKA MANDIRI SEMESTA BOGOR. *Jurnal Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.59832/jpmk.v2i1.102>

Wahyuni, E. T. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 6(1), 88. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504>

Wardaya Puspokusumo, R. A. A., Claudia Aristya, N., & Meiryani, . (2022). *The Effect of Customer Experience and Service Quality on Customer Satisfaction on Customer Loyalty*. 1(January), 70–73. <https://doi.org/10.5220/0011243000003376>

- Wati, N. M. D. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Prodia Widyahusada. *International Journal of Business and Management*, 1(April), 108–119.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Klik Media*.
- Wulandari, D. (2022). *Machine Translated by Google Kepuasan Nasabah Menjadi Prioritas dalam Pelayanan Prima Perbankan*. 1, 27–34.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214. <https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>