

PENGARUH USER EXPERIENCE DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Nasabah BSI Kec. Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi)

Salsa Fadila Putri¹, Asyari²

salsafadila2803@gmail.com¹, asyari@uinbukittinggi.ac.id²

UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh user experience dalam penggunaan digital banking terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya di KCP Aur Birugo Tigo Baleh, kota Bukittinggi. Fenomena dalam peningkatan jumlah pengguna BSI Mobile menunjukkan pentingnya kualitas pengalaman pengguna sebagai determinan keputusan dari nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 30 responden. Hasil uji validitas, reabilitas, dan normalitas menunjukkan bahwa user experience memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking. Temuan ini menegaskan pentingnya optimalisasi desain aplikasi, kemudahan penggunaan, serta keamanan layanan untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

Kata Kunci : User Experience, Digital Banking, Keputusan Nasabah, Bank Syariah.

Abstract

This study aims to determine the influence of user experience in digital banking usage on customer decisions at Bank Syariah Indonesia (BSI), specifically at the Aur Birugo Tigo Baleh branch office in Bukittinggi. The increasing number of BSI Mobile users demonstrates the importance of user experience quality as a determinant of customer decisions. The research employed a quantitative descriptive method, collecting data through a questionnaire from 30 respondents. Validity, reliability, and normality tests indicate that user experience has a positive and significant influence on customer decisions to use digital banking services. This finding underscores the importance of optimizing application design, ease of use, and service security to increase customer loyalty.

Keywords: User Experience, Digital Banking, Customer Decisions, Islamic Bank.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam berbagai aspek dalam kehidupan manusia, tanpa terkecuali dalam bidang ekonomi dan keuangan, khususnya dalam sector perbankan. Digitalisasi menjadi suatu keniscayaan yang tidak dapat dihindari, mengingat akan kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi dan layanan keuangan yang cepat, muda, dan efisien semakin meningkat dari waktu ke waktu. Dalam konteks ini perbankan digital (digital banking) hadir sebagai inovasi yang mendukung efektivitas dan efisiensi pelayanan perbankan kepada nasabah.

Layanan digital banking memungkinkan nasabah untuk mengakses dan melakukan berbagai transaksi keuangan hanya melalui perangkat digital seperti smartphone atau computer tanpa perlu hadir secara fisik ke kantor bank. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga mengubah perilaku serta keputusan nasabah dalam memilih, menggunakan, serta mempertahankan suatu layanan yang sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan selama menggunakan layanan digital banking tersebut, atau yang dikenal dengan istilah *user experience (UX)*.

User experience menjadi salah satu factor kunci dalam mempertahankan loyalitas nasabah, khususnya dalam layanan perbankan digital. Nasabah yang memperoleh pengalaman yang baik saat menggunakan aplikasi digital banking baik dari sisi tampilan antarmuka, kecepatan akses, kemudahan navigasi, maupun fitur yang lengkap dan aman akan cenderung untuk tetap menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika pengalaman pengguna tidak memuaskan, seperti adanya gangguan teknis, antarmuka yang membingungkan, atau kurangnya fitur yang dibutuhkan, maka nasabah akan mempertimbangkan untuk beralih ke layanan bank lain yang dirasa lebih baik.

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu bank syariah terbesar di Indonesia, turut ambil bagian dalam menghadirkan layanan digital banking melalui aplikasi BSI Mobile. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan aplikasi BSI Mobile mengalami peningkatan yang signifikan. Data menunjukkan dari 2 juta pengguna pada tahun 2021 menjadi lebih dari 7 juta pengguna pada pertengahan tahun 2024. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa layanan digital banking semakin diminati oleh masyarakat, khususnya oleh nasabah yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi dalam prinsip-prinsip syariah.¹

Namun demikian, peningkatan jumlah pengguna tidak selalu sejalan dengan peningkatan kualitas pengalaman pengguna. Masih ditemukan keluhan dari sebagian nasabah mengenai gangguan system, kurangnya fitur interaktif, dan kesulitan dalam menggunakan beberapa layanan. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana pengalaman pengguna berkontribusi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan atau tetap menggunakan layanan digital banking, khususnya di lingkungan bank syariah yang memiliki prinsip dan nilai berbeda dengan bank konvensional.

Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam mengenai hubungan antara pengalaman pengguna digital banking dan keputusan nasabah menjadi hal yang sangat penting. Penelitian ini berupaya untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking pada Bank Syariah Indonesia, dengan focus pada nasabah yang berdomisili di kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh, kota Bukittinggi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan salah satu kawasan dengan tingkat pertumbuhan nasabah BSI yang cukup signifikan.

Dengan memahami factor-faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna dan bagaimana hal tersebut berdampak terhadap keputusan nasabah, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang nyata, baik dari sisi akademis dalam pengembangan ilmu perbankan syariah, maupun dari sisi praktis dalam upaya peningkatan layanan digital bank syariah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan manajerial yang strategis bagi pihak perbankan syariah dalam menghadapi tantangan digitalisasi layanan.

Kajian Pustaka

A. Teori Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

Dalam penelitian ini, model teoritis yang digunakan sebagai kerangka konseptual adalah Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), yang

¹ www.bankbsi.co.id Diakses 15 Februari 2025.

dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Model ini menjelaskan bagaimana berbagai faktor memengaruhi intensi perilaku individu untuk menggunakan teknologi dan bagaimana intensi tersebut berpengaruh terhadap perilaku aktual dalam penggunaan teknologi. UTAUT terdiri dari empat konstruk utama, yaitu:

1. Performance Expectancy (PE), yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu meningkatkan kinerjanya. Dalam konteks digital banking, ini mencakup persepsi bahwa layanan mobile banking akan membuat transaksi lebih efisien dan efektif.
2. Effort Expectancy (EE), yaitu tingkat kemudahan penggunaan teknologi. Semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula niat nasabah untuk menggunakannya.
3. Social Influence (SI), yaitu sejauh mana seseorang merasakan tekanan sosial dari lingkungan sekitar dalam menggunakan teknologi tertentu. Rekomendasi keluarga, teman, atau institusi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan digital banking.
4. Facilitating Conditions (FC), yaitu keyakinan pengguna bahwa terdapat infrastruktur teknis dan dukungan organisasi yang memadai untuk mendukung penggunaan teknologi.

Model UTAUT tidak terlepas dari variabel kepuasan konsumen, dimana kepuasan merupakan perbedaan antara yang diharapkan (harapan konsumen) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk pemenuhan harapan konsumen. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan dari setiap perusahaan sebagai pemilik produk. Selain terdapat berbagai faktor penting untuk keberlangsungan perusahaan, maka memuaskan kebutuhan dari konsumen dapat meningkatkan persaingan.²

B. User Experience (Pengalaman Pengguna)

User experience atau pengalaman pengguna adalah persepsi dan respons yang dialami oleh individu saat berinteraksi dengan sistem atau produk tertentu, dalam hal ini aplikasi digital banking. Menurut Rodden, pengalaman pengguna mencakup aspek-aspek seperti kepuasan visual, efisiensi dalam menyelesaikan tugas, persepsi terhadap konten, serta stabilitas dan ketersediaan sistem.

Empat indikator utama dalam user experience menurut Rodden adalah:

1. Happiness: sejauh mana pengguna merasa puas dan senang saat menggunakan aplikasi, baik dari sisi estetika maupun kemudahan.
2. Task Success: kemampuan pengguna dalam menyelesaikan transaksi atau aktivitas digital banking secara cepat dan akurat.
3. Earning: persepsi nilai atau manfaat yang diperoleh pengguna selama berinteraksi dengan sistem.
4. Uptime: keandalan aplikasi, termasuk waktu operasional yang stabil dan ketersediaan layanan secara terus-menerus.

User experience yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah, tetapi juga membentuk loyalitas dan intensi untuk terus menggunakan layanan digital banking dalam jangka panjang.

Dalam konteks aplikasi perbankan, UX yang baik dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan

² Junita Safitri, dkk, *Penerapan Utaut Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan Mobile Banking Perbankan Syariah*, Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, Vol. 7 No. 2 2023. Hal. 128.

tersebut. Memberikan UX yang baik dapat berkontribusi pada keputusan pelanggan dan pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan.³

C. Digital Banking

Digital banking merupakan bentuk layanan perbankan modern yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan pelayanan keuangan kepada nasabah secara mandiri. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2016), layanan digital banking mencakup seluruh proses transaksi perbankan yang dilakukan secara elektronik, baik melalui perangkat milik nasabah (seperti ponsel) maupun yang disediakan oleh bank. Layanan digital banking yang umum digunakan saat ini meliputi:

1. Mobile banking (melalui aplikasi)
2. Internet banking
3. QR code payment
4. E-wallet linkage

Adapun manfaat digital banking antara lain:⁴

1. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan
2. Menurunkan biaya operasional
3. Memberikan kenyamanan bagi nasabah dalam bertransaksi kapan saja dan di mana saja
4. Meningkatkan daya saing dan inovasi layanan bank

BSI Mobile sebagai salah satu platform digital banking milik Bank Syariah Indonesia telah mengalami pertumbuhan pesat sejak diluncurkan. Fitur-fitur seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, pembelian emas, dan layanan islami telah menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah yang menginginkan layanan keuangan yang sesuai prinsip syariah.

D. Keputusan Nasabah

Keputusan membeli atau menggunakan produk atau jasa sebagai pengguna jasa perbankan nasabah memilih berbagai alternative yang telah ditawarkan oleh beberapa bank sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2014) keputusan pembelian adalah tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga menentukan untuk membeli merek yang mereka sukai. Sedangkan menurut Setiadi keputusan konsumen adalah proses perintegrasi yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dari perilaku alternative atau lebih memilih salah satu diantaranya. Kemudian dari proses pengintegrasi tersebut adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan perilaku.⁵

Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu layanan merupakan bagian dari proses perilaku konsumen yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, niat penggunaan, serta keputusan akhir. Menurut Kotler dan Keller (2014), keputusan pembelian atau penggunaan layanan adalah hasil dari evaluasi menyeluruh yang dilakukan konsumen terhadap berbagai pilihan yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu seperti manfaat, harga, kenyamanan, dan risiko.

³ Nindia Kartika Irawati, *Pengaruh User Interface dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Produk BSI Mobile Banking*, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 10. No. 1. 2022. Hal. 621

⁴ Nora Helda Sari dkk, *Pemahaman Nasabah Tentang Digital Banking dan Implikasinya Bagi Kinerja Perbankan Syariah*, Jurnal Media Akademik, vol. 2. No. 11. 2024. Hal. 4.

⁵ Sylvia Roza dkk, *Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile dari Bank Syariah Indonesia*, Jurnal: Akuntansi, Keuangan dan Perbankan. Vol. 11. No. 1. 2022. Hal. 2200.

Dalam konteks digital banking, keputusan nasabah mencerminkan tindakan sadar untuk menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi perbankan digital. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan ini mencakup:⁶

1. Kemudahan penggunaan
2. Keamanan transaksi
3. Kepercayaan terhadap bank
4. Reputasi aplikasi
5. Kepuasan penggunaan sebelumnya

Dalam perspektif Islam, pengambilan keputusan juga harus mempertimbangkan nilai-nilai syariah, yaitu kehalalan, keadilan, dan kehati-hatian. Al-Qur'an menekankan pentingnya tabayyun atau klarifikasi dalam setiap pengambilan keputusan, sebagaimana termaktub dalam Q.S. Al-Hujurat ayat 6.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey. Metode ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variable pengalaman pengguna (user experience) digital banking dengan keputusan nasabah bank syariah. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup kepada responden dan dianalisis menggunakan teknik statistic. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik snowball sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 orang responden. Data dianalisis dengan bantuan Microsoft Excel dan diuji validitas serta reliabilitasnya menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil uji validitas UX

Pengaruh User Experience (UX) X				
Pertanyaan	Rhitung	rtabel 5% 30	Nilai Sig	Keputusan
1	0,582	0,361	001	Valid
2	0,548	0,361	002	Valid
3	0,462	0,361	004	Valid
4	0,674	0,361	000	Valid
5	0,701	0,361	000	Valid
6	0,685	0,361	000	Valid
7	0,742	0,361	000	Valid
8	0,747	0,361	000	Valid
9	0,510	0,361	004	Valid
10	0,554	0,361	001	Valid
11	0,515	0,361	004	Valid

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS Versi 21, 2025

Berdasarkan tabel uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa tujuan pertanyaan

⁶ Rindi Nabila Syahptri dkk, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Medan Ahmad Yani*, Jurnal: Economic Excellence Ibnu Sina. Vol. 1. No 4. 2023. Hal. 17.

menghasilkan nilai koefisien Correlation pada tingkat 0,361 dari jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 orang responden. Pada pertanyaan 1 sampai 11 menyatakan Valid karena tidak adanya invalid atau berada dibawah nilai r tabel.

b. Hasil uji validitas Keputusan nasabah

Keputusan Nasabah (Y)				
Pertanyaan	Rhitung	rtabel 5% 30	Nilai Sig	Keputusan
1	0,890	0,361	000	Valid
2	0,876	0,361	000	Valid
3	0,428	0,361	000	Valid
4	0,906	0,361	000	Valid
5	0,846	0,361	000	Valid
6	0,753	0,361	000	Valid
7	0,885	0,361	000	Valid
8	0,822	0,361	000	Valid
9	0,858	0,361	000	Valid

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS Versi 21, 2025

Berdasarkan tabel kepuasan di atas, dapat diketahui bahwa seluruh r hitung berada di atas nilai koefisien Correlation pada tingkat 0,361. Yang artinya 9 pertanyaan yang digunakan dapat dikatakan Valid.

2. Hasil Uji Reabilitas

a. Hasil uji reabilitas UX

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	11

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS Versi 21, 2025

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha dari 11 pertanyaan sebesar 0,822 yang artinya besar (>) dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan yang ada dapat dikatakan reliabel.

b. Hasil uji reabilitas keputusan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,922	9

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS Versi 21, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha dari 9 pertanyaan pada tingkat kepuasan sebesar 0,922 yang artinya besar (>) dari 0,60. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan yang ada pada keputusan dapat dikatakan reliabel.

3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000
		.000

		Std.	3.841
		Deviation	41233
		Absol	.153
Most Extreme Differences	ute	Positi	.088
	ve	Negati	-.153
	ve		
	Kolmogorov-Smirnov Z		.837
		Asymp. Sig. (2-tailed)	.486

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah Dengan SPSS Versi 21, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorow Smirnov* dari uji normalitas x dan y sebesar 0,486 yang artinya besar ($>$) dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan yang ada pada Pengaruh ux (x) dan keputusan (y) dapat dikatakan normal.

Hasil Pembahasan

Bab ini membahas hasil penelitian mengenai Pengaruh User Experience Digital Banking terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah pada nasabah BSI KCP Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Pembahasan dilakukan berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 orang responden, kemudian dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, dan normalitas, serta dikaitkan dengan teori yang relevan dan temuan penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini, responden merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan BSI Mobile. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif, memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi, serta telah menggunakan aplikasi mobile banking dalam jangka waktu tertentu. Hal ini memberikan gambaran bahwa responden cukup representatif dalam menggambarkan perilaku penggunaan digital banking di lingkungan BSI KCP Aur Birugo Tigo Baleh.

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil uji validitas, semua item pertanyaan yang mengukur variabel User Experience (X) dan Keputusan Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan layak digunakan.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap kuesioner. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel User Experience (X) sebesar 0,822, dan untuk variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,922, yang keduanya lebih besar dari 0,60. Ini berarti bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan dapat dipercaya.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal. Hasil uji dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,486, yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis statistik lebih lanjut.

Berdasarkan hasil pengolahan data, ditemukan bahwa pengalaman pengguna

user experience) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking BSI Mobile. Aspek-aspek user experience seperti kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan akses informasi, kejelasan instruksi, serta desain antarmuka yang user-friendly terbukti berperan penting dalam membentuk persepsi positif nasabah.

Nasabah yang memiliki pengalaman positif dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile cenderung memiliki keinginan untuk menggunakan aplikasi secara rutin, mencoba fitur-fitur baru, serta menjadikan digital banking sebagai layanan utama mereka dalam melakukan aktivitas perbankan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa user experience dapat mendorong loyalitas pelanggan dan meningkatkan keputusan penggunaan teknologi digital.

Temuan dalam penelitian ini memberikan implikasi bahwa bank syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia, perlu memperhatikan dan terus meningkatkan kualitas pengalaman pengguna digital banking. Dengan memberikan layanan yang mudah, cepat, aman, dan nyaman, bank dapat membangun loyalitas nasabah serta meningkatkan efisiensi operasional dalam jangka panjang. Dalam era digital yang kompetitif, peningkatan user experience merupakan kunci utama untuk mempertahankan dan menarik nasabah baru.

KESIMPULAN

1. Pada layanan digital banking, khususnya BSI Mobile, terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Aspek-aspek seperti kemudahan navigasi aplikasi, kejelasan instruksi, kecepatan akses informasi, serta desain antar muka yang ramah pengguna, mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan mendorong niat untuk terus memanfaatkan layanan digital banking.
2. Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pertanyaan penelitian valid dan reliable, dengan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0,06. Hal ini menandakan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya untuk mengukur pengaruh variable user experience terhadap keputusan nasabah.
3. Uji normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (nilai signifikan $> 0,05$), sehingga data memenuhi syarat untuk analisis statistik lebih lanjut.
4. Dari analisis responden, mayoritas nasabah memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile, ditunjukkan dengan tingginya tingkat kepuasan serta kepercayaan pada fitur-fitur aplikasi. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan syariah.
5. Penelitian ini mendukung temuan-temuan sebelumnya bahwa kualitas pengalaman digital banking merupakan salah satu factor penentu dalam pengambilan keputusan nasabah, selain factor kepercayaan, kemudahan, dan keamanan transaksi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas user experience perlu menjadi prioritas bagi bank syariah agar mampu bersaing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Junita Safitri, dkk, Penerapan Utaut Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan Mobile Banking Perbankan Syariah, Jurnal Manajemen Keuangan Syariah, Vol. 7 No. 2 2023. Hal. 128.
- Nindia Kartika Irawati, Pengaruh User Interface dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Produk BSI Mobile Banking, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 10. No. 1. 2022. Hal. 621

- Nora Helda Sari dkk, Pemahaman Nasabah Tentang Digital Banking dan Implikasinya Bagi Kinerja Perbankan Syariah, Jurnal Media Akademik, vol. 2. No. 11. 2024. Hal. 4.
- Rindi Nabila Syahptri dkk, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Pada Bank Syariah Indonesia KC Medan Ahmad Yani, Jurnal: Economic Excellence Ibnu Sina. Vol. 1. No 4. 2023. Hal. 17.
- Sylvia Roza dkk, Pengaruh Promosi Media Digital dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile dari Bank Syariah Indonesia, Jurnal: Akuntansi, Keuangan dan Perbankan. Vol. 11. No. 1. 2022. Hal. 2200.
- www.bankbsi.co.id Diakses 15 Februari 2025.