

Kepuasan Nasabah Dilihat dari Faktor *Banking Service Quality* dan Penggunaan Teknologi Digital dalam Pembukaan Rekening Tabungan Baru

Kezia Greatania Galvin, Sudarmadi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bakti Surakarta
kgritania@gmail.com, Sudarmadi60@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of Bank Service Quality (BSQ) and digital technology utilization on customer satisfaction at Bank BCA. This research is conducted due to the importance of enhancing service quality and digital technology in the banking industry. The study subjects are customers using new savings account services at the Surakarta branch of Bank BCA, with a sample of 120 randomly selected respondents. Data were collected through a survey questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that BSQ and digital technology utilization significantly affect customer satisfaction, with an R Square value of 0.956, meaning 95.6% of the variability in customer satisfaction can be explained by these two variables. The t-test shows that both variables have a positive and significant impact on customer satisfaction, both individually and simultaneously. The study's limitations include a sample restricted to a single bank and limited variables, which may not capture all factors influencing customer satisfaction. Future research is advised to expand the scope and variables and to use more diverse research methods. This study recommends improving service quality and digital technology to enhance customer satisfaction.

Keywords: *Bank Service Quality, Digital Technology, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Bank Service Quality* (BSQ) dan pemanfaatan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah bank BCA. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya peningkatan kualitas layanan dan teknologi digital dalam industri perbankan. Subjek penelitian adalah nasabah yang menggunakan layanan pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA cabang Surakarta, dengan sampel sebanyak 120 responden yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan melalui survei kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSQ dan pemanfaatan teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,956, yang berarti 95,6% variabilitas kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini. Uji t menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun secara simultan. Keterbatasan penelitian meliputi sampel yang terbatas pada satu bank dan variabel yang terbatas, yang mungkin tidak mencakup semua faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Disarankan untuk penelitian selanjutnya memperluas cakupan dan variabel serta menggunakan metode penelitian yang lebih beragam. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas layanan dan teknologi digital untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Bank Service Quality, Teknologi Digital, Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Kepuasan nasabah telah menjadi perhatian utama dalam industri perbankan karena erat kaitannya dengan loyalitas dan keuntungan jangka panjang. Kepuasan nasabah tidak hanya mencerminkan kualitas layanan yang diterima, tetapi juga berfungsi sebagai indikator kunci keberhasilan bank dalam mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Di sinilah pentingnya *Banking Service Quality* (BSQ) berperan. BSQ mencakup dimensi seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik, yang secara kolektif menentukan pengalaman nasabah saat berinteraksi dengan bank (Hussain, T., Sial, M. S., & Usman, 2022). Layanan berkualitas tinggi, yang mencakup semua dimensi ini, telah terbukti meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya.

Era digital yang saat ini sedang terjadi menjadikan teknologi memainkan peran yang semakin signifikan dalam industri perbankan. Penerapan teknologi digital, seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan penggunaan *chatbot*, telah mengubah cara bank beroperasi dan bagaimana nasabah berinteraksi dengan layanan perbankan. Teknologi ini memungkinkan bank untuk menawarkan layanan yang lebih cepat, lebih akurat, dan lebih nyaman, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan nasabah (Chuang, S.-H., Liu, C.-C., & Kao, 2022). Dengan ekspektasi nasabah yang terus meningkat, bank harus terus berinovasi dalam memanfaatkan teknologi untuk tetap relevan dan kompetitif.

BSQ dalam konteks kepuasan nasabah semakin meningkat dengan berkembangnya teknologi digital. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat menciptakan nilai tambah bagi nasabah dan, pada akhirnya, meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka (Kang, J. W., Lee, M. J., & Yoo, 2021). Namun, meskipun banyak penelitian yang menyoroti pentingnya BSQ dan teknologi digital secara terpisah, terdapat kesenjangan dalam penelitian mengenai bagaimana kedua faktor ini dapat saling mendukung dan meningkatkan kepuasan nasabah secara sinergis.

Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi berbagai aspek dari BSQ dan pemanfaatan teknologi digital dalam perbankan. Misalnya, Hussain, T., Sial, M. S., & Usman, (2022) yang meneliti pengaruh BSQ terhadap loyalitas nasabah dengan menambahkan variabel kepuasan dan komunikasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*). Mereka menemukan bahwa BSQ berperan signifikan dalam menciptakan kepuasan nasabah yang berujung pada loyalitas. Di sisi lain, Chuang, S.-H., Liu, C.-C., & Kao, (2022) yang meneliti adopsi layanan fintech dari perspektif model TAM (*Technology Acceptance Model*), dengan fokus pada risiko yang dirasakan dan kenyamanan sebagai pendorong utama adopsi teknologi perbankan digital.

Penelitian lain mengenai kepuasan nasabah telah banyak dilakukan sebelumnya yang menyoroti tentang pentingnya BSQ dan teknologi digital secara terpisah. Namun, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan dalam memahami bagaimana kedua faktor ini berinteraksi dan bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagian besar studi terdahulu cenderung fokus

pada satu aspek saja, baik itu kualitas layanan atau teknologi digital, tanpa mempertimbangkan sinergi di antara keduanya (De Kerviler, Demoulin, & Zidda, 2016; Kang et al., 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi pengaruh gabungan BSQ dan pemanfaatan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah.

Temuan-temuan penelitian sebelumnya memberikan wawasan yang berharga, ada beberapa kekurangan dalam penelitian terdahulu yang membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut. Pertama, banyak penelitian yang hanya berfokus pada BSQ tanpa mempertimbangkan pemanfaatan teknologi digital secara bersamaan, atau sebaliknya, berfokus pada teknologi digital tanpa mempertimbangkan aspek BSQ. Penelitian Kang, J. W., Lee, M. J., & Yoo, (2021) yang menyoroti hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, tetapi tidak memperhitungkan peran teknologi digital secara eksplisit. Begitu pula, penelitian (Boukis, 2020) yang berfokus pada dampak kecerdasan buatan terhadap inovasi layanan di era digital, tetapi tidak mempertimbangkan interaksi antara BSQ dan teknologi digital dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Kesenjangan inilah yang menunjukkan adanya kebutuhan untuk penelitian yang mengintegrasikan kedua variabel BSQ dan pemanfaatan teknologi digital dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Penelitian ini akan mencoba menjawab pertanyaan yang belum terjawab: bagaimana interaksi antara BSQ dan pemanfaatan teknologi digital memengaruhi kepuasan nasabah? Dengan mengisi kesenjangan ini, penelitian ini menawarkan kontribusi yang orisinal dan signifikan dalam literatur yang ada, khususnya dalam konteks perbankan modern.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sinergis antara BSQ dan pemanfaatan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini tidak hanya akan menilai pengaruh individu dari kedua variabel tersebut, tetapi juga akan mengeksplorasi bagaimana kombinasi keduanya dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi layanan perbankan yang lebih efektif di era digital.

TINJAUAN LITERATUR

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu faktor kritis dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dalam industri perbankan. Kepuasan nasabah secara umum didefinisikan sebagai perasaan puas atau tidak puas yang dialami oleh nasabah setelah menggunakan produk atau layanan bank. Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kualitas layanan, kemudahan akses, kecepatan layanan, dan kemampuan bank dalam memenuhi ekspektasi nasabah (Choudhury, 2020).

Kepuasan nasabah adalah suatu perasaan atau sikap pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan, yang mencerminkan sejauh mana harapan

mereka terpenuhi oleh perusahaan. Kepuasan nasabah sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan produk atau layanan dengan harapannya. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, nasabah akan merasa puas; jika kinerja lebih rendah dari harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Dapat diketahui bahwa kepuasan nasabah merupakan bentuk evaluasi purna beli di mana hasil dari suatu produk atau layanan sesuai dengan harapan nasabah (Kotler, P., & Keller, 2020).

Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah tidak hanya berdampak pada loyalitas, tetapi juga pada kepercayaan dan niat nasabah untuk menggunakan layanan lain yang ditawarkan oleh bank (Islam, S., & Rahman, 2021). Oleh karena itu, bank harus mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta harapan nasabah untuk menjaga tingkat kepuasan yang tinggi. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, (2020) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah adalah respons emosional atau kognitif yang merupakan hasil dari evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman konsumsi, termasuk kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan harapan yang terpenuhi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Misalnya, penelitian oleh Raza et al (2021) menemukan bahwa kualitas layanan, harga yang adil, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan di Pakistan. Studi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Studi lain oleh Amin et al (2020) mengungkapkan bahwa faktor-faktor seperti kenyamanan, kecepatan layanan, dan kemudahan penggunaan teknologi digital dalam layanan perbankan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini menyoroti pentingnya adopsi teknologi digital dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan memastikan bahwa kebutuhan nasabah terpenuhi dengan cara yang efisien dan efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al (2020) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan digital sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Studi ini juga menekankan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan melalui platform digital memiliki dampak besar pada kepuasan dan loyalitas nasabah. Indikator pengukuran untuk kepuasan nasabah terdiri dari beberapa aspek yang relevan dengan kualitas layanan dan pengalaman nasabah. Menurut (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 2020) beberapa indikator utama dalam mengukur kepuasan nasabah adalah: kualitas layanan (*Service Quality*) yang meliputi: dimensi seperti keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik (*tangibles*). Kualitas layanan adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah (Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, 2020). Aspek penilaian kepuasan yang kedua adalah nilai yang dirasakan (*Perceived Value*), seperti mengukur persepsi nasabah terhadap manfaat yang diperoleh dari layanan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Nilai yang dirasakan merupakan

faktor penting dalam menentukan kepuasan nasabah (Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, 2020).

Aspek penilai ketiga diantaranya adalah harapan nasabah (*Customer Expectations*), seperti: mengacu pada standar atau patokan yang digunakan nasabah untuk mengevaluasi kinerja layanan. Jika layanan yang diberikan melebihi harapan, nasabah akan merasa puas (Kotler, P., & Keller, 2020). Aspek penilaian keempat adalah pengalaman konsumsi (*Consumption Experience*) dapat diukur dari keseluruhan pengalaman nasabah saat menggunakan layanan, termasuk aspek emosional dan fungsional dari interaksi dengan layanan tersebut (Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, 2020). Aspek penilaian lainnya adalah loyalitas nasabah (*Customer Loyalty*), aspek ini sering digunakan sebagai indikator tidak langsung dari kepuasan nasabah. Nasabah yang puas cenderung lebih loyal dan akan terus menggunakan produk atau layanan perusahaan (Raza, S. A., Umer, A., & Shah, 2021).

Kepuasan nasabah merupakan konsep penting dalam manajemen hubungan pelanggan yang berdampak langsung pada keberhasilan jangka panjang suatu organisasi. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan adopsi teknologi digital memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengukuran kepuasan nasabah melibatkan berbagai indikator yang mencerminkan pengalaman dan harapan nasabah, yang sangat penting bagi organisasi dalam upaya meningkatkan layanan dan mempertahankan loyalitas nasabah.

Banking Service Quality (BSQ)

Banking Service Quality (BSQ) mengacu pada persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank. Konsep ini penting dalam industri perbankan karena berhubungan langsung dengan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan terhadap institusi perbankan. Menurut penelitian oleh Baumann et al (2021) menerangkan bahwa BSQ mencakup berbagai aspek seperti keandalan, keamanan, kecepatan layanan, dan kemudahan akses yang berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan secara keseluruhan. BSQ merupakan turunan dari konsep umum kualitas layanan (*Service Quality*) yang disesuaikan dengan karakteristik spesifik industri perbankan. Zeithaml, et al (2020) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah penilaian pelanggan terhadap seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan mereka. Dalam konteks perbankan, kualitas layanan ini mencakup berbagai dimensi yang secara langsung mempengaruhi persepsi dan kepuasan nasabah.

BSQ juga merupakan dimensi penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam industri perbankan. BSQ mencakup berbagai aspek, seperti keandalan layanan, kecepatan pelayanan, kompetensi staf, keamanan transaksi, serta kenyamanan dan fasilitas yang disediakan oleh bank (Hapsari et al (2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Al-Hawary & Hussien, (2021) ditemukan bahwa BSQ memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Aspek-aspek BSQ seperti responsivitas, empati, dan jaminan menjadi faktor utama yang

menentukan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh bank secara langsung mempengaruhi persepsi nasabah terhadap bank tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan mereka. Widyastuti et al (2022) dalam penelitiannya yang menyoroti pentingnya keandalan dan jaminan layanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah di industri perbankan, menjelaskan bahwa nasabah lebih cenderung merasa puas jika bank mampu memberikan layanan yang konsisten, aman, dan dapat diandalkan.

Penelitian mengenai BSQ juga telah dilakukan di berbagai negara dengan fokus pada berbagai faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan perbankan. Misalnya, studi oleh Amin et al (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di sektor perbankan Malaysia. Penelitian ini menemukan bahwa dimensi keandalan dan keamanan layanan adalah faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu, studi oleh Ali et al (2021) meneliti pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di industri perbankan digital. Penelitian ini menemukan bahwa adopsi teknologi digital yang meningkatkan efisiensi dan kenyamanan layanan bank dapat meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan nasabah.

Studi lain oleh Chaouali et al (2020) mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepuasan nasabah, dan kepercayaan di sektor perbankan Tunisia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti jaminan dan empati memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya berdampak positif pada kepuasan mereka. BSQ dapat diukur melalui berbagai indikator yang mencerminkan dimensi kualitas layanan yang dianggap penting oleh nasabah. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2020), beberapa indikator utama dalam mengukur BSQ meliputi beberapa aspek seperti: Pertama, aspek keandalan (*Reliability*) yang mengukur konsistensi dan ketepatan layanan yang diberikan oleh bank. Keandalan adalah kemampuan bank untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat waktu dan tanpa kesalahan. Kedua, aspek responsivitas (*Responsiveness*) yang mengacu pada kecepatan dan kesiapan bank dalam membantu nasabah dan menyediakan layanan yang cepat dan efisien. Responsivitas ini juga mencakup kemampuan staf bank untuk menangani keluhan dan pertanyaan nasabah. Ketiga, aspek jaminan (*Assurance*) yang menilai kompetensi, kesopanan, dan kepercayaan yang diberikan oleh staf bank kepada nasabah. Jaminan ini mencakup aspek-aspek seperti keamanan transaksi dan pengetahuan staf dalam memberikan informasi yang tepat. Keempat, aspek empati (*Empathy*) yang mengukur perhatian pribadi yang diberikan oleh bank kepada nasabah, termasuk kemampuan bank untuk memahami kebutuhan dan kekhawatiran nasabah, dan kelima aspek *tangible* (bukti fisik) yang meliputi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf bank yang secara langsung mempengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Kelima, aspek kemudahan akses (*Accessibility*) yang menilai kemudahan nasabah dalam mengakses layanan bank, baik melalui saluran fisik maupun digital. Kemudahan

akses ini mencakup faktor-faktor seperti lokasi cabang bank, kemudahan penggunaan ATM, dan keandalan platform perbankan *online*.

Penggunaan Teknologi Digital

Teknologi digital merujuk pada berbagai perangkat dan sistem yang memungkinkan pengolahan, penyimpanan, dan transmisi data dalam bentuk digital. Ini mencakup teknologi seperti internet, *mobile banking*, aplikasi *fintech*, dan layanan digital lainnya yang digunakan dalam industri perbankan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kenyamanan bagi nasabah. Menurut Parida et al (2021) teknologi digital dalam konteks perbankan mencakup semua alat yang memungkinkan otomatisasi proses, interaksi digital dengan nasabah, dan pengelolaan data yang efisien. Teknologi digital telah menjadi tulang punggung inovasi dalam industri perbankan, memungkinkan bank untuk menawarkan layanan yang lebih personal, cepat, dan aman. Davis et al (2022) menyatakan bahwa digitalisasi layanan perbankan tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik dengan menawarkan kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan kustomisasi layanan.

Penggunaan teknologi digital telah menjadi tren utama dalam industri perbankan, terutama dalam hal pembukaan rekening tabungan baru. Transformasi digital dalam proses ini tidak hanya mempercepat layanan, tetapi juga memberikan kenyamanan bagi nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka (Liébana-Cabanillas et al (2020)). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Oliveira et al (2020) penggunaan teknologi digital seperti aplikasi *mobile banking* dan e-KYC (*Electronic Know Your Customer*) dalam proses pembukaan rekening tabungan baru memberikan dampak positif pada kepuasan nasabah. Teknologi ini memungkinkan nasabah untuk membuka rekening kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor cabang, yang sangat meningkatkan efisiensi dan kenyamanan. Studi lain oleh Mishra et al (2021) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh bank dalam layanan pembukaan rekening baru juga meningkatkan persepsi nasabah terhadap inovasi dan modernitas bank tersebut. Hal ini memberikan nilai tambah bagi nasabah, terutama bagi mereka yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam mengakses layanan perbankan.

Penelitian mengenai penggunaan teknologi digital dalam industri perbankan telah banyak dilakukan, terutama terkait dengan dampaknya terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Misalnya, penelitian oleh Lee dan Shin (2020) menemukan bahwa penggunaan teknologi digital seperti *mobile banking* dan aplikasi perbankan *online* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah di Korea Selatan. Studi ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan oleh teknologi digital menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian lain oleh Rahi et al (2021) mengkaji hubungan antara adopsi teknologi digital dan loyalitas nasabah di industri perbankan Pakistan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital, khususnya melalui aplikasi perbankan seluler, memiliki korelasi positif dengan peningkatan loyalitas nasabah,

terutama karena peningkatan kecepatan layanan dan keamanan transaksi yang dirasakan nasabah. Studi oleh Pal et al (2022) juga menunjukkan bahwa implementasi teknologi digital di bank-bank Eropa telah meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan nasabah. Studi ini menyoroti pentingnya personalisasi layanan digital sebagai faktor kunci dalam mempertahankan kepuasan nasabah dan mengurangi *churn rate* di industri perbankan.

Penggunaan teknologi digital dalam perbankan dapat diukur melalui berbagai indikator yang mencerminkan tingkat adopsi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah terhadap teknologi tersebut. Beberapa indikator utama yang sering digunakan dalam penelitian diantaranya tingkat adopsi (*adoption rate*) yang mengukur seberapa banyak nasabah yang menggunakan teknologi digital yang disediakan oleh bank, seperti *mobile banking*, *internet banking*, atau aplikasi perbankan digital lainnya. Tingkat adopsi ini biasanya diukur dalam persentase dari total nasabah. Indikator berikutnya terkait dengan aspek kemudahan penggunaan (*ease of use*) yang menilai sejauh mana teknologi digital yang ditawarkan oleh bank mudah digunakan oleh nasabah. Indikator ini mencakup penilaian terhadap antarmuka pengguna (*user interface*), kejelasan instruksi, dan kesederhanaan proses. Aspek pengukuran berikutnya terkait dengan kecepatan layanan (*service speed*) yang mengukur seberapa cepat nasabah dapat menyelesaikan transaksi atau mendapatkan layanan melalui teknologi digital. Ini bisa mencakup kecepatan pemrosesan transaksi, waktu respons layanan, dan waktu *loading* aplikasi. Selain itu ada aspek keamanan (*security*) yang menilai tingkat keamanan yang dirasakan oleh nasabah saat menggunakan teknologi digital, termasuk keamanan data pribadi, keamanan transaksi, dan perlindungan terhadap penipuan. Aspek penilaian berikutnya adalah kepuasan pengguna (*user satisfaction*) yang mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan teknologi digital yang disediakan oleh bank (Rahi et al, 2021). Indikator ini biasanya diukur melalui survei yang mencakup berbagai aspek penggunaan teknologi, seperti keandalan, kenyamanan, dan kegunaan.

Kepuasan Nasabah dilihat dari *Banking Service Quality* (BSQ)

BSQ sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam industri perbankan. Beberapa dimensi BSQ seperti keandalan layanan, responsivitas, kompetensi staf, dan keamanan transaksi telah terbukti secara empiris mempengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan nasabah. Studi yang dilakukan oleh Al-Hawary dan Hussien (2021) menunjukkan bahwa dimensi-dimensi BSQ memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah, di mana nasabah yang merasakan kualitas layanan yang baik akan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Logika yang mendasari hubungan ini adalah bahwa ketika bank dapat memberikan layanan yang konsisten, responsif, dan aman, nasabah akan merasa puas karena harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H₁ : *Banking Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan baru.

Kepuasan Nasabah dilihat dari Pemanfaatan Teknologi Digital

Penggunaan teknologi digital dalam layanan perbankan, khususnya dalam pembukaan rekening tabungan baru, telah mengubah cara nasabah berinteraksi dengan bank. Teknologi digital seperti aplikasi *mobile banking* dan layanan e-KYC (*Electronic Know Your Customer*) mempermudah proses pembukaan rekening, mengurangi waktu yang diperlukan, dan memberikan kenyamanan tambahan bagi nasabah. Penelitian oleh Oliveira et al (2020) menunjukkan bahwa teknologi digital dapat meningkatkan kepuasan nasabah karena memungkinkan mereka untuk mengakses layanan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang fisik. Pemikiran logis di balik hipotesis ini adalah bahwa teknologi yang mempermudah akses dan memberikan fleksibilitas akan meningkatkan pengalaman pengguna, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian, hipotesis yang diusulkan adalah:

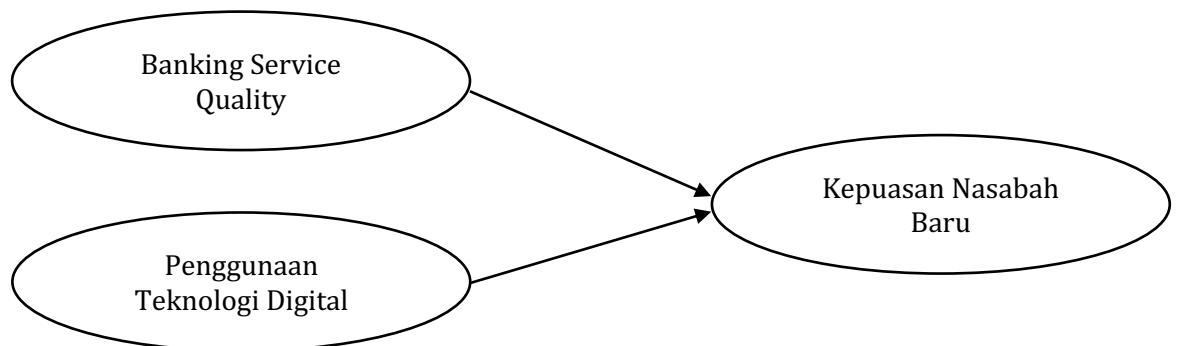
H₂ : Penggunaan teknologi digital dalam pembukaan rekening tabungan baru berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan Nasabah dilihat dari Interaksi antara *Banking Service Quality* dan Penggunaan Teknologi Digital

Selain pengaruh langsung dari BSQ dan penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah, penting juga untuk mempertimbangkan bagaimana kedua faktor ini saling berinteraksi dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian oleh Wang et al (2021) menunjukkan bahwa kombinasi antara layanan berkualitas tinggi dan penggunaan teknologi digital yang efektif dapat secara sinergis meningkatkan kepuasan nasabah. Logikanya, teknologi digital dapat memperkuat dampak positif dari BSQ dengan memberikan akses yang lebih cepat dan efisien terhadap layanan berkualitas, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi nasabah. Oleh karena itu, hipotesis yang dapat diajukan adalah:

H₃: Interaksi antara *banking service quality* dan penggunaan teknologi digital berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan baru.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Penulis, 2024.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menguji pengaruh *Banking Service Quality* (BSQ) dan penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah tabungan baru di PT. Bank Central Asia (BCA) Cabang Surakarta. Pendekatan kuantitatif dipilih karena cocok untuk menguji hubungan antara variabel-variabel dalam skala yang luas (Creswell & Creswell, 2023). Penelitian dilakukan di PT. Bank Central Asia (BCA) Cabang Surakarta dengan populasi penelitian adalah nasabah yang membuka rekening tabungan baru dalam satu tahun terakhir. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria bahwa responden telah menggunakan layanan perbankan digital. Jumlah sampel minimal adalah 120 responden, yang dianggap cukup untuk analisis statistik (Taherdoost, 2020). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mengukur variabel BSQ, penggunaan teknologi digital, dan kepuasan nasabah. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin, dan telah diuji validitas serta reliabilitasnya sebelum distribusi secara luas (Hair et al 2021). Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh BSQ dan penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah. Uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, dilakukan untuk memastikan kelayakan data dalam analisis regresi (Field, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini secara rinci mempunyai karakter seperti pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	58	48.3
Perempuan	62	51.7
Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
18-24 tahun	32	26.7
25-34 tahun	39	32.5
35-44 tahun	25	20.8
45-54 tahun	16	13.3
55 tahun ke atas	8	6.7
Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SMA/SMK	39	32.5
Diploma	22	18.3
Sarjana	47	39.2
Pascasarjana	12	10.0
Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	23	19.2
Karyawan Swasta	49	40.8
PNS	18	15.0
Wiraswasta	25	20.8
Lainnya	5	4.2
Status Penggunaan Layanan BCA Sebelumnya	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sudah pernah menggunakan	72	60.0
Belum pernah menggunakan	48	40.0

Distribusi jenis kelamin responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan (51.7%) dibandingkan laki-laki (48.3%). Ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh mencerminkan representasi gender yang seimbang, meskipun sedikit lebih banyak perempuan yang berpartisipasi dalam survei ini. Data usia menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 25-34 tahun (32.5%), diikuti oleh 18-24 tahun (26.7%). Kelompok usia 35-44 tahun menyumbang 20.8% dari total responden, sementara kelompok usia 45-54 tahun dan 55 tahun ke atas masing-masing menyumbang 13.3% dan 6.7%. Ini menunjukkan bahwa responden yang lebih muda dan yang berada di usia pertengahan dominan dalam studi ini.

Mayoritas responden memiliki pendidikan Sarjana (39.2%), diikuti oleh SMA/SMK (32.5%). Tingkat pendidikan lainnya seperti Diploma dan Pascasarjana masing-masing menyumbang 18.3% dan 10.0%. Ini menunjukkan bahwa survei menarik bagi individu dengan latar belakang pendidikan yang bervariasi, dengan kecenderungan lebih banyak pada tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Distribusi pekerjaan menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah karyawan swasta (40.8%), diikuti oleh wiraswasta (20.8%) dan pelajar/mahasiswa (19.2%). Pekerjaan sebagai PNS menyumbang 15.0%, sementara pekerjaan lain-lain hanya

4.2%. Ini menunjukkan bahwa survei menarik bagi individu yang bekerja di sektor swasta dan wiraswasta, serta pelajar dan mahasiswa.

Mayoritas responden (60.0%) sudah pernah menggunakan layanan BCA sebelumnya, sedangkan 40.0% belum pernah menggunakan layanan tersebut. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman sebelumnya dengan layanan BCA, namun masih ada segmen yang belum pernah menggunakan layanan tersebut.

Penilaian terkait dengan BSQ, penggunaan teknologi digital dan kepuasan nasabah di Bank BCA Cabang Surakarta dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian BSQ

No.	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	3.5 - 5.0	63	52.4	Baik
2.	2.5 - 3.49	38	31.7	Cukup Baik
3.	1.0 - 2.49	19	15.9	Kurang Baik
Jumlah		120	100.0	

Pada tabel 2 dapat diketahui bahwa mayoritas penilaian responden terhadap BSQ yang ada di Bank BCA Cabang Surakarta mempunyai penilaian yang baik yaitu terdapat sebanyak 63 responden (52.4%) dengan penilaian "Setuju" dan "Sangat Setuju". Responden yang mempunyai penilaian yang Cukup Baik terdapat sebanyak 38 responden (31.7%) dengan penilaian "Netral", dan responden yang mempunyai penilaian Kurang Baik terdapat sebanyak 19 responden (15.9%) dengan penilaian "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju". *Bank Service Quality* (BSQ) menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai kualitas layanan BCA sebagai "Baik" (52.4%). Namun, ada sekitar 31.7% yang menilai "Cukup Baik" dan 15.9% yang menilai "Kurang Baik", menunjukkan bahwa ada area yang bisa ditingkatkan.

Tabel 3. Hasil Penilaian Penggunaan Teknologi Digital

No.	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	3.5 - 5.0	77	64.2	Baik
2.	2.5 - 3.49	30	25.0	Cukup Baik
3.	1.0 - 2.49	13	10.8	Kurang Baik
Jumlah		120	100.0	

Pada tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden mempunyai penilaian penggunaan teknologi digital di Bank BCA Cabang Surakarta yang Baik terdapat sebanyak 77 responden (64.2%) dengan penilaian "Setuju" dan "Sangat Setuju". Responden yang mempunyai penilaian Cukup Baik terdapat sebanyak 30 responden (25.0%) dengan penilaian "Netral", sedangkan responden yang mempunyai penilaian Kurang Baik terdapat sebanyak 13 responden (10.8%) dengan penilaian "Tidak Setuju" dan "Sangat Tidak Setuju". Pemanfaatan teknologi digital juga dinilai positif oleh mayoritas responden dengan 64.2% menyatakan "Baik".

Namun, ada 25.0% yang hanya memberikan penilaian "Cukup Baik", yang mungkin mengindikasikan bahwa ada ruang untuk meningkatkan pengalaman digital yang ditawarkan.

Tabel 4. Hasil Penilaian Kepuasan Nasabah

No.	Inverval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	3.5 - 5.0	72	60.0	Puas
2.	2.5 - 3.49	35	29.2	Cukup Puas
3.	1.0 - 2.49	13	10.8	Kurang Puas
Jumlah		120	100.0	

Pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas penilaian responden terhadap kepuasan nasabah pada Bank BCA Surakarta mempunyai penilaian Puas terdapat sebanyak 72 responden (60.0%) dengan penilaian "Puas" dan "Sangat Puas". Responden yang mempunyai penilaian Cukup Puas terdapat sebanyak 35 responden (29.2%) dengan penilaian "Netral", dan responden yang mempunyai penilaian Kurang Puas terdapat sebanyak 13 responden (10.8%) dengan penilaian "Tidak Puas" dan "Sangat Tidak Puas". Kepuasan Nasabah menunjukkan bahwa mayoritas nasabah merasa "Puas" (60.0%) dengan layanan BCA. Namun, persentase yang merasa "Cukup Puas" (29.2%) dan "Kurang Puas" (10.8%) mengindikasikan adanya beberapa aspek layanan yang perlu ditingkatkan untuk memastikan kepuasan yang lebih tinggi di masa depan.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument untuk variabel *Banking Service Quality* (BSQ), penggunaan teknologi digital, dan kepuasan nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel. 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

No. Item	r_{hitung}	Sig.	Ket.	No. Item	r_{hitung}	Sig.	Ket.
Banking Service Quality (BSQ)				Kepuasan Nasabah			
1	0.624	0.000	Valid	1	0.664	0.000	Valid
2	0.851	0.000	Valid	2	0.801	0.000	Valid
3	0.575	0.000	Valid	3	0.834	0.000	Valid
4	0.752	0.000	Valid	4	0.835	0.000	Valid
5	0.883	0.000	Valid	5	0.835	0.000	Valid
6	0.905	0.000	Valid	6	0.763	0.000	Valid
7	0.726	0.000	Valid	7	0.536	0.000	Valid
8	0.912	0.000	Valid	8	0.834	0.000	Valid
9	0.883	0.000	Valid	9	0.745	0.000	Valid
10	0.722	0.000	Valid	10	0.843	0.000	Valid
Penggunaan Teknologi Digital				Variabel	Cronbach' Alpha	Ket	
1	0.771	0.000	Valid	BSQ	0.933	Reliabel	
2	0.792	0.000	Valid	Penggunaan T. Digital	0.918	Reliabel	
3	0.825	0.000	Valid	Kepuasan Nasabah	0.918	Reliabel	
4	0.780	0.000	Valid				
5	0.616	0.000	Valid				
6	0.756	0.000	Valid				
7	0.780	0.000	Valid				
8	0.793	0.000	Valid				
9	0.809	0.000	Valid				
10	0.866	0.000	Valid				

Dari tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa semua item pada ketiga variabel *Bank Service Quality* (BSQ), pemanfaatan teknologi digital, dan kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang valid (dengan nilai Pearson Correlation yang signifikan pada level 0.01). Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk masing-masing variabel juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan sangat reliabel. Setiap pertanyaan/ Pernyataan pada instrument yang digunakan pada penelitian ini terbukti valid dan *reliable* sehingga dalam penelitian ini data penelitian layak untuk dianalisis.

Kontribusi pengaruh *Banking Service Quality* (BSQ) dan penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan baru pada Bank BCA Cabang Surakarta dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Kontribusi *Banking Service Quality* (BSQ), Penggunaan Teknologi Digital terhadap Kepuasan Nasabah

R^2	F_{hitung}	Sig.
0.956	1283.909	0.000

Pada tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,956 menunjukkan kontribusi yang sangat kuat antara variabel independen yaitu *Bank Service Quality* dan pemanfaatan teknologi digital dan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Nilai R^2 sebesar 0,956 mengindikasikan bahwa 95.6% variabilitas dari kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen *bank service quality* dan pemanfaatan teknologi digital. Ini berarti bahwa hanya 4.4% variabilitas dari kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Nilai F_{hitung} sebesar 1283.909 yang sangat besar menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. nilai Sig. (*p-value*) sebesar 0.000, karena *p-value* jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umum digunakan yaitu $\alpha = 0.05$, maka menolak hipotesis nol (H_0). Ini berarti bahwa variabel independen *bank service quality* dan pemanfaatan teknologi digital secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA Cabang Surakarta.

Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi yang melibatkan *bank service quality* dan pemanfaatan teknologi Digital sebagai prediktor terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan. Ini berarti bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA Cabang Surakarta. Dengan kata lain, model yang digunakan adalah valid untuk menjelaskan variabel dependen yang sedang diteliti. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Putri (2022) yang menemukan bahwa kombinasi antara kualitas layanan dan adopsi teknologi digital secara signifikan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah di industri perbankan. Penelitian tersebut menekankan bahwa integrasi antara layanan tradisional yang berkualitas dan inovasi digital merupakan kunci dalam memenuhi ekspektasi nasabah modern.

Hasil uji regresi dan uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Variabel Independen	Koefisien	t hitung	Sig. (<i>p-value</i>)	Keterangan
(Konstanta)	-1.684	-1.817	0.072	Tidak Signifikan
BSQ	0.508	10.357	0.000	Signifikan
Pemanfaatan T. Digital	0.529	8.842	0.000	Signifikan

Tabel 7 menerangkan bahwa nilai konstanta (*intercept*) sebesar -1.684 dengan *p-value* 0,072 menunjukkan bahwa secara statistik, konstanta ini tidak signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti konstanta tidak berkontribusi secara signifikan terhadap model ketika variabel independen tidak diperhitungkan. Koefisien pengaruh BSQ terhadap kepuasan mempunyai nilai koefisien sebesar 0,508 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam BSQ akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,508 unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah dalam model ini mempunyai nilai koefisien sebesar 0,529 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pemanfaatan teknologi

digital akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.529 unit, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Hasil uji hipotesis secara parsial pengaruh BSQ terhadap kepuasan nasabah diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 10,357 dengan $p-value$ 0.000 menunjukkan bahwa BSQ berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada tingkat signifikansi 0.05. Sedangkan pengaruh pemanfaatan teknologi digital terhadap kepuasan nasabah dalam model penelitian ini diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 8,842 dengan $p-value$ 0,000 menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada tingkat signifikansi 0.05. Dari hasil uji regresi linier berganda dan uji t di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen, yaitu *bank service quality* (BSQ) dan pemanfaatan teknologi digital, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa peningkatan dalam kedua variabel tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah pada pembukaan rekening tabungan yang ada di Bank BCA Cabang Surakarta.

Bank Service Quality (BSQ) dalam penelitian ini terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,508, nilai t_{hitung} sebesar 10,357, dan $p-value$ sebesar 0.000. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan perbankan secara signifikan akan meningkatkan kepuasan nasabah pada pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA Cabang Surakarta hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Misalnya, penelitian oleh Rahman dan Sari (2021) menemukan bahwa dimensi kualitas layanan seperti keandalan, responsivitas, dan empati memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di sektor perbankan. Demikian pula, Putra et al (2022) menegaskan bahwa peningkatan standar pelayanan dan kecepatan dalam melayani nasabah berkontribusi besar terhadap peningkatan loyalitas dan kepuasan nasabah. Peningkatan kualitas layanan dapat mencakup berbagai aspek, seperti keandalan yang terkait dengan konsistensi dalam memberikan layanan yang akurat dan terpercaya; responsivitas yang terkait dengan kesiapan dan kecepatan dalam merespons kebutuhan dan keluhan nasabah; jaminan yang terkait dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menanamkan rasa percaya dan keyakinan; empati yang terkait dengan perhatian dan kepedulian individu terhadap nasabah; bukti fisik yang terkait dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan materi komunikasi. Dalam konteks Bank BCA, implementasi standar layanan yang tinggi pada setiap interaksi dengan nasabah akan memperkuat persepsi positif dan meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Pemanfaatan teknologi digital mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penelitian ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,529, nilai t_{hitung} sebesar 8,842, dan $p-value$ sebesar 0.000. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti peran penting teknologi

digital dalam sektor perbankan modern. Wijaya dan Lestari (2021) menemukan bahwa adopsi teknologi perbankan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* meningkatkan efisiensi transaksi dan kenyamanan bagi nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan mereka. Sukma dan Dewi (2023) juga menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan penggunaan, dan keandalan aplikasi perbankan digital merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Beberapa aspek penting dalam pemanfaatan teknologi digital yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti kemudahan akses yang terkait dengan nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja; aspek keamanan transaksi yang terkait dengan proteksi data dan transaksi yang andal meningkatkan kepercayaan nasabah; aspek fitur lengkap yang terkait dengan penyediaan berbagai fitur yang memenuhi beragam kebutuhan finansial nasabah; aspek *user experience* yang terkait dengan antarmuka yang intuitif dan pengalaman pengguna yang lancar tanpa hambatan teknis; aspek inovasi berkelanjutan yang terkait dengan pengembangan fitur-fitur baru yang relevan dengan kebutuhan nasabah yang terus berkembang. Dalam kasus Bank BCA, investasi berkelanjutan dalam teknologi digital dan peningkatan kualitas layanan digital akan menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan dan retensi nasabah.

Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi praktis bahwa dengan peningkatan layanan yang dilakukan oleh Bank BCA perlu terus meningkatkan kualitas layanan dengan fokus pada keandalan, responsivitas, dan empati terhadap nasabah. Perlunya inovasi teknologi dengan pengembangan dan penyempurnaan layanan perbankan digital harus menjadi prioritas untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin mengandalkan teknologi dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Pelatihan karyawan perlu selalu dilakukan sebagai bentuk investasi, karena dalam pelatihan dan pengembangan karyawan untuk memastikan mereka mampu memberikan layanan terbaik dan mendukung nasabah dalam menggunakan teknologi perbankan. Bank BCA juga perlu mengumpulkan dan menganalisis umpan balik dari nasabah secara rutin untuk mengidentifikasi area perbaikan dan mengimplementasikan perubahan yang diperlukan.

Pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya. Tuliskan temuan-temuan yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan dan harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Hasil penelitian dan temuan harus menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian bagian pendahuluan. Subjudul pada pembahasan ditulis tanpa menggunakan nomor.

Setiap tabel dan gambar diberi judul dan sumber. Judul Tabel ditaruh di atas tabel. Judul gambar di taruh di bawah gambar. Penomoran judul tabel dan judul gambar berurutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menarik kesimpulan bahwa *bank service quality* (BSQ) dan pemanfaatan teknologi Digital secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA Cabang Surakarta baik

secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya sampel penelitian hanya dilakukan pada nasabah dalam layanan pembukaan rekening tabungan baru di Bank BCA Cabang Surakarta, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi ke bank lain, penelitian ini juga terbatas pada dua variabel yang diteliti, padahal ada faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan nasabah, serta metode pengumpulan data dalam penelitian ini terbatas menggunakan survei berbasis kuesioner yang bisa terpengaruh oleh bias persepsi responden.

Saran yang dapat direkomendasikan diantaranya penelitian lebih lanjut disarankan untuk memperluas cakupan penelitian ke bank-bank lain untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif; menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, loyalitas, dan citra bank untuk memberikan pemahaman yang lebih luas; menggunakan metode penelitian yang lebih bervariasi seperti wawancara mendalam atau studi kasus untuk mengurangi bias dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hawary, S. I. S., & Hussien, M. I. (2021). The Effect of Banks' Service Quality on Customers' Satisfaction in Jordan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(3), 392–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i3/9155>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2020). Digital banking services adoption: A qualitative evidence synthesis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(101932).
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2021). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 499–523.
- Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2020). The role of customer experience in the relationship between service quality and customer loyalty in Malaysian retail banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57(102207).
- Baumann, C., Burton, S., Elliott, G., & Kehr, H. M. (2021). Prediction of customer satisfaction and loyalty in retail banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(102259).
- Boukis, A. (2020). Exploring the Impact of Artificial Intelligence on Service Innovation in the Digital Era: The Role of Dynamic Capabilities and Innovation Ecosystems. *Journal of Business Research*, 116(241–253).
- Chaouali, W., Souiden, N., & Ladhari, R. (2020). Exploring the role of perceived risk in influencing trust and satisfaction in mobile banking services: A Tunisian perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 38(3), 671–689.

- Choudhury, K. (2020). The Influence of Customer Satisfaction on Loyalty: A Case of Indian Banking Industry. *International Journal of Bank Marketing*, 38(3), 649–667. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2019-0368>
- Chuang, S.-H., Liu, C.-C., & Kao, H. P. (2022). The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective with Fuzzy DEMATEL Approach. *Journal of Business Research*, 144, 19–32.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (2022). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 66(2), 213–229.
- Field, A. (2020). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Pearson.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2021). The Role of Service Quality in Developing Customer Loyalty in Indonesian Mobile Banking: A Structural Equation Modelling Approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 26(1), 1–26.
- Hidayat, S., & Putri, L. (2022). Integrasi Kualitas Layanan dan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Bank. *Journal of Service Management*, 12(4), 300–315. <https://doi.org/https://doi.org/10.2345/jsm.2022.12.4.300>
- Hussain, T., Sial, M. S., & Usman, M. (2022). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Banking Sector: The Role of Customer Satisfaction and Word-of-Mouth. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(102688).
- Islam, S., & Rahman, Z. (2021). Examining the Impact of Customer Experience on Customer Satisfaction in Indian Retail Banking: A Relationship Marketing Perspective. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(4), 255–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41264-021-00096-2>
- Kang, J. W., Lee, M. J., & Yoo, S. J. (2021). Understanding the Role of Service Quality, Customer Satisfaction, and Trust on Customer Loyalty in the Retail Industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(102708).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Lee, I., & Shin, Y. (2020). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 63(1), 35–42.
- Liébana-Cabanillas, F., Ramos de Luna, I., & Montoro-Ríos, F. J. (2020). The Impact of Perceived Risk on Technology Acceptance and Use of Mobile Payment Services: A Comparison of Users and Non-users. *Journal of Information Management*, 50(5), 45–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jinfomgt.2019.05.010>

- Mishra, A., Singh, H., & Gupta, S. (2021). Examining the Influence of Mobile Banking Adoption on Financial Inclusion: Evidence from India. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 168–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/s41264-021-00095-3>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2020). Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: Lessons from the Covid-19 Pandemic. *Technological Forecasting and Social Change*, 155(1), 119883. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119883>
- Pal, D., Vanijja, V., & Papasratorn, B. (2022). User acceptance of digital technology in banking: A study of customer perceptions in the European context. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(4), 245–260.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parida, V., Sjödin, D., & Reim, W. (2021). Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises. *Technological Forecasting and Social Change*, 163(120437).
- Putra, B., Lestari, S., & Nugroho, T. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah pada Bank Swasta Nasional. *Journal of Banking and Finance*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.5678/jbf.2022.10.1.45>
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2021). Integration of technology acceptance model (TAM) and DeLone-McLean IS success model (D&M IS success) in internet banking context. *Journal of Information & Knowledge Management*, 20(1), 55–72.
- Rahman, A., & Sari, D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 123–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jmb.2021.15.2.123>
- Raza, S. A., Umer, A., & Shah, N. (2021). The impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: Evidence from the Pakistani banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 39(3), 474–491.
- Sukma, R., Pratama, A., & Dewi, K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Nasabah melalui Mobile Banking. *Journal of Information Technology and Business*, 8(2), 89–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.3456/jitb.2023.8.2.89>
- Taherdoost, H. (2020). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 5(2), 18–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.2139/ssrn.3205035>

- Wang, Z. (2021). Evidence from China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretcons>
- Widyastuti, S. R., Yulianto, E., & Yulianita, N. (2022). The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in the Indonesian Banking Sector. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 9(5), 217–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no5.0217>
- Wijaya, H., & Lestari, M. (2021). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Perbankan di Indonesia. *International Journal of Digital Economics*, 5(3), 200–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.7890/ijde.2021.5.3.200>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.