

Pengaruh Digital Banking dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Swasta di Jakarta

The Influence of Digital Banking and Service Quality on Customer Satisfaction at Private Banks in Jakarta

Anggun Rianda Putri^{1*}, Abdul Hoer²

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Bisnis Digital, Universitas Dharma Indonesia, Jl. Raya Serang Km. 18,2 Sukanegara, Kec. Cikupa, Tangerang, Banten - Indonesia kode pos 15710

²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Dharma Indonesia, Jl. Raya Serang Km. 18,2 Sukanegara, Kec. Cikupa, Tangerang, Banten - Indonesia kode pos 15710

*e-mail korespondensi: anggun.rianda.putri@undhi.ac.id

Abstrak – Perkembangan teknologi telah mendorong sektor perbankan untuk mengadopsi layanan digital guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbankan digital memungkinkan transaksi yang lebih cepat, nyaman, dan efisien, sementara kualitas layanan tetap menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman pelanggan yang positif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh perbankan digital dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada bank swasta di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 155 nasabah bank swasta di Jakarta yang telah menggunakan layanan perbankan digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, perbankan digital dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas sistem digital yang mudah digunakan, aman, dan didukung oleh layanan yang responsif dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata kunci: perbankan digital; kualitas layanan; kepuasan nasabah; bank swasta; Jakarta

Abstract – Technological developments have encouraged the banking sector to adopt digital services to increase customer satisfaction. Digital banking enables faster, more convenient and efficient transactions, while service quality remains an important factor in building a positive customer experience. This research aims to analyze the influence of digital banking and service quality on customer satisfaction at private banks in Jakarta. This research uses a quantitative approach with survey methods. Data was collected through questionnaires distributed to 155 private bank customers in Jakarta who had used digital banking services. The sampling technique uses *purposive sampling*. Data analysis was carried out through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t tests, F tests, and coefficient of determination. The research results show that digital banking has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, digital banking and service quality have a significant effect on customer satisfaction at private banks in Jakarta. These findings show that improving the quality of digital systems that are easy to use, safe, and supported by responsive services can increase customer satisfaction.

Keywords: digital banking; service quality; customer satisfaction; private banks; Jakarta

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam industri perbankan, khususnya dalam cara bank memberikan layanan kepada nasabah. Transformasi digital mendorong bank untuk menyediakan layanan yang lebih cepat, praktis, aman, dan mudah diakses melalui berbagai platform digital, seperti *mobile banking*, *internet banking*, dan

aplikasi perbankan. *Digital banking* tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana transaksi keuangan, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi bank dalam menciptakan pengalaman nasabah yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Di Jakarta sebagai pusat bisnis dan keuangan nasional, persaingan antarbank swasta semakin kompetitif. Bank dituntut untuk terus mengembangkan layanan digital yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Namun, perkembangan teknologi digital saja belum cukup untuk menjamin kepuasan nasabah. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank, baik melalui kanal digital maupun layanan secara langsung, tetap menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman nasabah. Layanan yang cepat, responsif, ramah, profesional, dan dapat diandalkan dapat meningkatkan kepuasan serta membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk mengkaji sejauh mana pengaruh *digital banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak perbankan dalam merumuskan strategi peningkatan layanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan nasabah.

Digital banking adalah layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *digital banking* merupakan layanan perbankan yang dilakukan melalui media elektronik dengan memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan nasabah. Menurut Turban et al. (2024), *digital banking* adalah sistem layanan perbankan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara *real time* melalui perangkat digital seperti *smartphone* dan komputer. Sementara itu, menurut Kotler & Keller (2024), *digital banking* merupakan bentuk inovasi layanan berbasis teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan melalui kemudahan akses, efisiensi, dan personalisasi layanan.

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan layanan yang dirasakan oleh pelanggan berdasarkan perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diterima. Menurut Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2024), kualitas layanan merupakan penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan suatu jasa yang mencerminkan seberapa jauh layanan tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2024), kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang konsisten, andal, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2024), kualitas layanan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam menyampaikan jasa agar sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Menurut Kotler & Keller (2024), kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya. Menurut Tjiptono (2024), kepuasan nasabah adalah respons emosional setelah menggunakan layanan yang mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan.

State of the Art

Transformasi digital telah mengubah cara industri perbankan memberikan layanan kepada nasabah. *Digital banking* tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai sarana membangun pengalaman pelanggan yang lebih baik. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *digital banking* dan kualitas layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Namun, masih terdapat perbedaan hasil dan celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian oleh Khotimah & Budianto (2024) menemukan bahwa implementasi *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank ritel. Sementara itu, Rahmadilla & Sukma (2024) menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan *digital banking* dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Di sisi lain, Pratama et al. (2025) menegaskan bahwa integrasi sistem digital yang mudah digunakan dan aman mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah *e-banking*. Namun, penelitian Salamena & Emanuel (2024) menunjukkan bahwa meskipun *digital banking* penting, faktor interaksi langsung melalui layanan *frontliner* tetap menjadi penentu utama kepuasan.

Sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada bank BUMN atau bank daerah, sedangkan kajian pada bank swasta di Jakarta masih terbatas. Selain itu, beberapa penelitian hanya menguji satu variabel independen, sehingga belum memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengaruh simultan *digital banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menguji secara bersamaan pengaruh *digital banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Digital Banking

Digital banking merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan akses kepada nasabah dalam melakukan berbagai aktivitas perbankan secara lebih mudah, cepat, dan fleksibel. Menurut Shah, Dave, dan Prajapati (2025), *digital banking* merupakan penyediaan layanan keuangan melalui saluran elektronik yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas perbankan secara daring maupun melalui perangkat seluler. Perkembangan *digital banking* telah mengubah cara nasabah berinteraksi dengan lembaga keuangan dengan menawarkan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas layanan.

Menurut Yadav dan Tandon (2025), kemudahan penggunaan dan keamanan merupakan faktor penting yang berkaitan dengan kepuasan nasabah dalam layanan *digital banking*. Selain itu, dukungan pelanggan dan personalisasi layanan juga menjadi aspek yang perlu diperhatikan untuk menciptakan pengalaman perbankan digital yang lebih baik.

Berdasarkan uraian tersebut, *digital banking* dalam penelitian ini dipahami sebagai layanan perbankan berbasis teknologi digital yang memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan aksesibilitas kepada nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah. Dalam konteks perbankan digital, kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan interaksi langsung antara karyawan dan nasabah, tetapi juga mencakup kualitas sistem elektronik yang digunakan dalam memberikan layanan.

Menurut Kappil dan Santhi (2025), kualitas layanan perbankan elektronik dapat dinilai melalui beberapa aspek, antara lain keandalan, desain situs atau sistem, privasi, keamanan, serta layanan dan dukungan kepada pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan pentingnya kualitas layanan elektronik dalam menciptakan kepuasan pengguna layanan *e-banking*, khususnya pada sektor perbankan swasta.

Sejalan dengan hal tersebut, Ghimire, Upadhyaya, dan Agarwal (2025) menggunakan dimensi kualitas layanan yang mencakup bukti fisik (*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) untuk menganalisis hubungan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan dalam industri perbankan.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas layanan dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan bank dalam memberikan layanan yang andal, responsif, aman, meyakinkan, dan sesuai dengan harapan nasabah, baik melalui layanan konvensional maupun layanan digital.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi nasabah setelah memperoleh dan menggunakan produk atau layanan perbankan. Kepuasan muncul ketika pengalaman yang diterima nasabah sesuai atau melebihi harapan yang dimilikinya. Dalam perkembangan layanan perbankan digital, kepuasan nasabah menjadi salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan bank dalam memberikan pengalaman layanan yang berkualitas.

Menurut Shah, Dave, dan Prajapati (2025), perkembangan *digital banking* memberikan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas yang dapat memengaruhi pengalaman serta kepuasan nasabah. Sementara itu, Kappil dan Santhi (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki keterkaitan dengan kepuasan pengguna dalam layanan *e-banking*.

Berdasarkan uraian tersebut, kepuasan nasabah dalam penelitian ini dipahami sebagai tingkat perasaan positif yang muncul setelah nasabah membandingkan harapan dengan pengalaman yang diperoleh dari penggunaan layanan perbankan.

Pengaruh Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Digital banking memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. Menurut Shah, Dave, dan Prajapati (2025), transformasi *digital banking* memberikan manfaat berupa kenyamanan, efisiensi, dan aksesibilitas yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah. Selain itu, Yadav dan Tandon (2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan keamanan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna layanan *digital banking*. Dengan demikian, semakin baik kualitas dan kemudahan layanan *digital banking* yang diberikan oleh bank, semakin tinggi pula kemungkinan terciptanya kepuasan nasabah.

H1: Digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang dapat menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Kappil dan Santhi (2025), kualitas layanan elektronik yang mencakup keandalan, desain sistem, privasi, keamanan, serta layanan dan dukungan pelanggan menjadi aspek penting dalam membentuk kepuasan pengguna *e-banking*. Selain itu, Ghimire, Upadhyaya, dan Agarwal (2025) mengkaji dimensi kualitas layanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan pada sektor perbankan. Berdasarkan uraian tersebut, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, semakin besar kemungkinan nasabah merasakan kepuasan terhadap layanan perbankan.

H2: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

Pengaruh Digital Banking dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dalam industri perbankan dapat dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas layanan digital dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. *Digital banking* memberikan kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas, sedangkan kualitas layanan memberikan jaminan bahwa kebutuhan nasabah dapat dipenuhi secara andal dan responsif. Oleh karena itu, penerapan *digital banking* yang didukung oleh kualitas layanan yang baik diperkirakan dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara lebih optimal.

H3: Digital banking dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis, penelitian ini menguji pengaruh dua variabel independen, yaitu *digital banking* (X1) dan kualitas layanan (X2), terhadap kepuasan nasabah (Y) pada bank swasta di Jakarta.

3. DATA DAN METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada beberapa bank swasta di Jakarta pada Januari sampai Juni 2025, yang meliputi tahap penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, dan penyusunan laporan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank swasta di Jakarta yang menggunakan layanan *digital banking*. Jumlah sampel sebanyak 155 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria: (a) nasabah bank swasta di Jakarta, (b) menggunakan layanan *digital banking*, dan (c) berusia minimal 17 tahun.

Variabel Penelitian

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Indikator Pengukuran.

Variabel	Kode	Indikator
Digital Banking	X1	Kemudahan, Kecepatan, Keamanan, Kelengkapan fitur, Akses 24 jam
Kualitas Layanan	X2	<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i>
Kepuasan Nasabah	Y	Kesesuaian harapan, Kepuasan layanan digital, Kepuasan layanan karyawan, Niat menggunakan kembali, Rekomendasi

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui: (a) kuesioner dengan skala Likert 1–5, (b) studi pustaka, dan (c) observasi terbatas.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan meliputi:

1. Gambaran umum responden, untuk mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan usia dan lama menggunakan layanan digital banking.
2. Uji validitas, untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Item dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$.
3. Uji reliabilitas, untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian menggunakan nilai Cronbach's Alpha (reliabel apabila $> 0,70$).
4. Uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.
5. Analisis regresi linear berganda, untuk mengetahui pengaruh digital banking dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.
6. Uji t (parsial), untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
7. Uji F (simultan), untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah.
8. Koefisien determinasi (R^2), untuk mengetahui seberapa besar kemampuan digital banking dan kualitas layanan menjelaskan variasi kepuasan nasabah.

4. HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Responden

Berdasarkan kuesioner yang disebarikan kepada 155 responden, diperoleh karakteristik sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	35	22,6%
25–35 tahun	65	41,9%
36–45 tahun	35	22,6%
> 45 tahun	20	12,9%
Total	155	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, sebagian besar responden berada pada kelompok usia 25–35 tahun, yaitu sebanyak 65 responden atau 41,9%. Selanjutnya, responden berusia kurang dari 25 tahun dan 36–45 tahun masing-masing sebanyak 35 responden atau 22,6%, sedangkan responden berusia lebih dari 45 tahun sebanyak 20 responden atau 12,9%.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *Digital Bankin*.

Lama Menggunakan <i>Digital Banking</i>	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	25	16,1%
1–3 tahun	60	38,7%
4–6 tahun	45	29,0%
> 6 tahun	25	16,1%
Total	155	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, sebagian besar responden telah menggunakan layanan *digital banking* selama 1–3 tahun, yaitu sebanyak 60 responden atau 38,7%. Responden yang telah menggunakan *digital banking* selama 4–6 tahun berjumlah 45 orang atau 29,0%. Sementara itu, responden yang menggunakan layanan kurang dari 1 tahun dan lebih dari 6 tahun masing-masing berjumlah 25 orang atau 16,1%.

Uji Validitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Digital Banking (X1)	X1.1	0,721	0,157	Valid
	X1.2	0,768	0,157	Valid
	X1.3	0,804	0,157	Valid
	X1.4	0,746	0,157	Valid
	X1.5	0,783	0,157	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,735	0,157	Valid
	X2.2	0,812	0,157	Valid
	X2.3	0,779	0,157	Valid
	X2.4	0,754	0,157	Valid
	X2.5	0,821	0,157	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,789	0,157	Valid
	Y2	0,823	0,157	Valid
	Y3	0,756	0,157	Valid
	Y4	0,801	0,157	Valid
	Y5	0,774	0,157	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, seluruh item pernyataan pada variabel *Digital Banking* (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,157. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel *digital banking*, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Digital Banking</i> (X1)	5	0,874	Reliabel
Kualitas Layanan (X2)	5	0,891	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0,865	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3.4, variabel *digital banking* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,874, variabel kualitas layanan sebesar 0,891, dan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,865. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	155
<i>Mean</i>	0,000000
<i>Std. Deviation</i>	2,184,721
<i>Absolute</i>	0,061
<i>Positive</i>	0,061
<i>Negative</i>	-0,045
<i>Test Statistic</i>	0,061
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3.5, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
<i>Digital Banking</i> (X1)	0,682	1,466	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Layanan (X2)	0,682	1,466	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3.6, variabel *digital banking* dan kualitas layanan masing-masing memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,682 dan *VIF* sebesar 1,466. Nilai *Tolerance* kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Dengan demikian, tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
Digital Banking (X1)	0,842	0,401	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Layanan (X2)	-0,967	0,335	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.7, variabel *digital banking* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,401, sedangkan kualitas layanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,335. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Variabel	Unstandardized B	Std. Error	t-hitung	Sig.
Konstanta	4,215	1,876	2,247	0,026
<i>Digital Banking</i> (X1)	0,412	0,082	5,024	0,000
Kualitas Layanan (X2)	0,356	0,078	4,564	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,215 + 0,412X1 + 0,356X2 + e$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta sebesar 4,215 menunjukkan bahwa apabila *digital banking* dan kualitas layanan dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai kepuasan nasabah sebesar 4,215. (2) Koefisien regresi *digital banking* sebesar 0,412 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan *digital banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,412 satuan, dengan asumsi variabel kualitas layanan tetap. (3) Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,356 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,356 satuan, dengan asumsi variabel *digital banking* tetap. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh *digital banking* dan kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dengan jumlah responden sebanyak 155 dan dua variabel independen, derajat kebebasan adalah 152. Pada tingkat signifikansi 5% dengan pengujian dua arah, diperoleh t-tabel sebesar 1,975.

Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial).

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keterangan
Digital Banking (X1)	5,024	1,975	0,000	Signifikan
Kualitas Layanan (X2)	4,564	1,975	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9, *digital banking* memiliki nilai t-hitung sebesar $5,024 > t\text{-tabel } 1,975$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan demikian, *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan memiliki nilai t-hitung sebesar $4,564 > t\text{-tabel } 1,975$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh *digital banking* dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dengan jumlah responden sebanyak 155 dan dua variabel independen, diperoleh derajat kebebasan pembilang (df1) sebesar 2 dan penyebut (df2) sebesar 152. Pada tingkat signifikansi 5%, nilai F-tabel adalah sekitar 3,06.

Tabel 4.10 Hasil Uji F (Simultan).

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F-hitung	Sig.
<i>Regression</i>	1.846,325	2	923,163	47,286	0,000
<i>Residual</i>	2.967,841	152	19,525		
Total	4.814,166	154			

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10, diperoleh nilai F-hitung sebesar $47,286 > F\text{-tabel } 3,06$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, *digital banking* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi.

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,619	0,383	0,375	4,419

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3.11, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,383. Hal ini menunjukkan bahwa *digital banking* dan kualitas layanan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan nasabah sebesar 38,3%. Sementara itu, sebesar 61,7% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti kepercayaan nasabah, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, harga atau biaya layanan, citra bank, dan faktor lainnya.

5. PEMBAHASAN

Pengaruh *Digital Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,412, nilai t-hitung sebesar 5,024 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,975, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan layanan *digital banking* yang dirasakan oleh nasabah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Kemudahan dalam mengakses layanan, kecepatan transaksi, efisiensi waktu, ketersediaan layanan selama 24 jam, serta keamanan dalam melakukan transaksi menjadi aspek yang dapat meningkatkan pengalaman nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khotimah dan Budianto (2024) yang menunjukkan bahwa implementasi *digital banking* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank ritel. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Pratama et al. (2025) yang menegaskan bahwa sistem digital yang mudah digunakan dan aman dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *e-banking*.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dalam sektor jasa dapat menjadi bagian penting dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Secara praktis, bank swasta di Jakarta perlu terus meningkatkan kualitas layanan *digital banking* melalui kemudahan navigasi, kecepatan sistem, keamanan transaksi, kestabilan aplikasi, dan kemudahan memperoleh bantuan ketika terjadi kendala.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Hasil tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,356, nilai t-hitung sebesar 4,564 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,975, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua dapat diterima.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Meskipun bank telah mengembangkan layanan digital, interaksi dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah tetap memiliki peran penting. Nasabah tidak hanya menilai bank berdasarkan kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga berdasarkan kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, responsif, dan dapat diandalkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmadilla dan Sukma (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan temuan Salamena dan Emanuel (2024) yang menunjukkan bahwa interaksi langsung melalui layanan *frontliner* tetap menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah.

Secara praktis, bank swasta perlu meningkatkan kualitas layanan melalui peningkatan kompetensi karyawan, kecepatan respons *customer service*, kemampuan menyelesaikan keluhan, serta konsistensi pelayanan pada berbagai saluran, baik kantor cabang maupun kanal digital.

Pengaruh *Digital Banking* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah secara Simultan

Hasil uji F menunjukkan bahwa *digital banking* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 47,286 yang lebih besar daripada F-tabel sebesar 3,06 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh keberadaan teknologi digital, tetapi juga oleh kualitas layanan yang menyertai penggunaan teknologi tersebut. *Digital banking* memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi, sedangkan kualitas layanan memberikan dukungan ketika nasabah membutuhkan bantuan, informasi, atau penyelesaian masalah.

Nilai *R Square* sebesar 0,383 menunjukkan bahwa *digital banking* dan kualitas layanan secara bersama-sama mampu menjelaskan 38,3% variasi kepuasan nasabah. Sementara itu, sebesar 61,7% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh faktor lain seperti kepercayaan nasabah, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, biaya layanan, citra bank, serta faktor lain yang relevan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital perbankan tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan bank dalam memberikan kualitas layanan yang konsisten. Integrasi antara *digital banking* yang mudah, aman, dan efisien dengan kualitas layanan yang responsif dan berorientasi pada nasabah menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian manajemen pemasaran dan pemasaran jasa dalam konteks industri perbankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas teknologi layanan dan kualitas interaksi pelayanan.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan rekomendasi kepada bank swasta di Jakarta untuk mengembangkan strategi pelayanan yang mengintegrasikan *digital banking* dan kualitas layanan. Bank perlu memastikan bahwa sistem digital mudah digunakan, cepat, aman, stabil, dan mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah. Pada saat yang sama, bank perlu meningkatkan kualitas *customer service* dan *frontliner* agar mampu memberikan respons yang cepat dan solusi yang tepat ketika nasabah mengalami kendala.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *digital banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan, seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan, dan kenyamanan penggunaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Kualitas layanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang responsif, cepat, ramah, profesional, dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan meskipun layanan perbankan semakin terdigitalisasi.

Secara simultan, *digital banking*, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank swasta di Jakarta. Nilai F-hitung sebesar 47,286 > F-tabel 3,06 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *R Square* sebesar 0,383 menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 38,3% variasi kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabah perlu dilakukan melalui strategi yang terintegrasi antara pengembangan teknologi digital dan peningkatan kualitas layanan. Bank tidak cukup hanya menyediakan layanan digital yang canggih, tetapi juga perlu memastikan bahwa layanan tersebut mudah digunakan, aman, cepat, dan didukung oleh pelayanan *customer service* serta *frontliner* yang responsif dan profesional.

Saran

Bagi Pihak Bank:

1. Meningkatkan stabilitas dan keamanan sistem *digital banking*.
2. Mengembangkan fitur yang lebih lengkap dan mudah digunakan.
3. Meningkatkan pelatihan *frontliner* agar lebih responsif dan ramah.

Bagi Peneliti Selanjutnya:

1. Menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, loyalitas, atau pengalaman pelanggan.
2. Menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan wilayah yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada para nasabah bank swasta di

Jakarta yang telah bersedia menjadi responden penelitian. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik layanan perbankan di Indonesia.

PUSTAKA

- Ghimire, B., Upadhyaya, B., & Agarwal, M. (2025). Service quality dimensions and customer satisfaction in banking sector. *International Journal of Banking and Finance Research*.
- Jodiyosa, P., & Tyas, A. A. W. P. (2025). Customer satisfaction mediates digital banking quality and features on reuse intention: HSBC Indonesia case. *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, 4(3), 267–278.
- Kappil, S., & Santhi, P. (2025). Electronic service quality and customer satisfaction in private banking. *Journal of Financial Services Marketing*.
- Khotimah, K., & Budianto, E. W. H. (2024). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) sebagai upaya untuk meningkatkan customer satisfaction dan customer loyalty. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 7(3), 607–614.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Peraturan OJK tentang Layanan Perbankan Digital. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2024). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality (Revised ed.). *Journal of Retailing*.
- Pratama, H., et al. (2025). Integrated digital banking system and customer trust: Evidence from e-banking users. *Journal of Digital Finance*.
- Purnamasari, R., & Thaha, A. R. (2025). Understanding user satisfaction in digital banking: Sentiment analysis and topic modeling of Indonesian bank reviews. *Business Informatics*.
- Rahmadilla, M. R., & Sukma, R. P. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 158–173.
- Salamena, G., & Emanuel, R. (2024). Frontliner service quality and customer satisfaction in private banking. *Jurnal Manajemen Perbankan Indonesia*.
- Setiarini, M. (2025). Electronic banking and product features in improving customer satisfaction and loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(2), 989–998.
- Shah, M., Dave, N., & Prajapati, R. (2025). Digital banking transformation and customer satisfaction in emerging markets. *International Journal of Bank Marketing*.
- Sutarta, S. (2025). Strategi peningkatan customer retention melalui digital banking innovation, service quality, dan customer satisfaction di Bank BRI. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2).
- Tjiptono, F. (2024). *Strategi Pemasaran* (Edisi Revisi). Andi.
- Turban, E., et al. (2024). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (9th ed.). Springer.
- Yadav, R., & Tandon, A. (2025). Ease of use, security and customer satisfaction in digital banking: A structural equation modeling approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Yuniar, M., & Safuan, S. (2025). Praktik layanan online banking dan dampaknya terhadap kepuasan, loyalitas dan kepercayaan pelanggan. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 5(1), 3152–3169.