

Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan Byond by BSI (Studi Pada Pelaku UMKM Kota Banda Aceh)

Yulindawati¹
Eka Octavian Pranata²
Raisa Amini³

[yulindawati@ar-raniry.ac.id¹](mailto:yulindawati@ar-raniry.ac.id)
[eoctavianpranata@ar-raniry.ac.id²](mailto:eoctavianpranata@ar-raniry.ac.id)
[210603126@student.ar-raniry.ac.id³](mailto:210603126@student.ar-raniry.ac.id)

^{1,2,3} **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh**

ABSTRACT

The purpose of this study is to test the hypotheses and provide empirical evidence on the influence of Trust, Convenience, and Service Quality on Customer Satisfaction in the BYOND by BSI service. This research utilizes primary data collected through questionnaires distributed to MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors who are aware of and use the BYOND by BSI service. The sampling method employed in this study is purposive sampling, with a total of 100 MSME respondents. The analytical method used to test the hypotheses is multiple linear regression analysis using SPSS version 22. The results indicate that Trust and Service Quality have a positive effect on satisfaction with the BYOND by BSI service, whereas Convenience does not have a significant positive effect.

Keywords: Trust, Convenience, Service Quality, Satisfaction, UMKM, BYOND by BSI.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menghasilkan bukti mengenai Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu menyebarkan kuesioner kepada Pelaku UMKM yang mengetahui dan menggunakan BYOND by BSI. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode Purposive Sampling. Jumlah pelaku UMKM yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI, tetapi Kenyamanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kenyamanan, Kualitas Layanan, Kepuasan, UMKM, BYOND by BSI.

A. PENDAHULUAN

Di era modern Revolusi Industri 4.0 saat ini, hampir semua aspek kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari penggunaan teknologi, yang berperan sebagai fasilitator untuk berbagai kegiatan dan layanan. Teknologi tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi komponen esensial yang harus ada (Kusuma & Asmoro, 2021). Teknologi informasi saat ini menjadi elemen utama yang mendukung perkembangan berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor perbankan. Teknologi informasi kini menjadi aspek dominan yang tak terpisahkan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah pengguna internet dan perangkat seperti smartphone yang didukung oleh sistem Android dan iOS di berbagai negara, termasuk Indonesia. Sektor perbankan sangat bergantung pada teknologi informasi, yang membuatnya tidak mungkin beroperasi tanpa teknologi ini. Sektor perbankan saat ini harus memudahkan nasabah dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi. Segala sesuatu kini dituntut untuk serba praktis, terutama dalam sektor perbankan, sehingga peran teknologi informasi menjadi sangat penting (Mutiasari, 2020).

Perkembangan teknologi informasi di dunia perbankan juga berlomba-lomba untuk memberikan berbagai macam layanan, yang muncul karena kesadaran pihak perbankan bahwa pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sudah sangat pesat (Amanda et. al., 2024). PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi meluncurkan BYOND by BSI pada 9 November 2024 sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat akan layanan jasa perbankan dan keuangan yang semakin kompleks di era digital. BYOND by BSI merupakan Super App layanan finansial, sosial, dan spiritual komprehensif yang lebih mudah dan nyaman diakses. Layanan-layanan ini dapat diakses melalui smartphone dan memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga dapat diakses kapan saja oleh masyarakat (BSI. 2024).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi menjadi salah satu kunci utama untuk meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Di Provinsi Aceh, upaya untuk mendorong UMKM masuk ke dalam ekosistem digital telah menunjukkan kemajuan yang cukup positif. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Aceh, sekitar 30% atau 97.500 unit dari total 325.000 UMKM di provinsi tersebut telah terdigitalisasi. Meski demikian, transformasi digital UMKM di Aceh masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses teknologi, rendahnya literasi digital, serta resistensi terhadap perubahan. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM perlu terus didorong melalui sinergi antara pemerintah, lembaga pelatihan, dan sektor swasta agar UMKM di Aceh dapat tumbuh secara berkelanjutan dan berdaya saing di era ekonomi digital (DISKOPUKMDAG, 2022).

Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat, Kota Banda Aceh menjadi tujuan menarik bagi pelaku usaha yang ingin mengembangkan bisnis mereka. Oleh karena itu, pemerintah Kota Banda Aceh aktif membantu dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan meningkatnya jumlah pengusaha UMKM dan peluang kerja bagi masyarakat, semakin besar pula kemampuan mereka

untuk mengurangi tingkat kemiskinan di wilayah Banda Aceh. Keberadaan UMKM di Banda Aceh memiliki dampak signifikan sebagai penopang penghidupan masyarakat. Meskipun pemerintah sudah memberikan bantuan kepada UMKM di kota ini, campur tangan UMKM yang optimal dalam peningkatan ekonomi Banda Aceh bergantung sekali kepada tingkat produktivitas pelaku UMKM (Mimiasri et al., 2022).

Dalam era digitalisasi yang semakin berkembang, layanan perbankan digital menjadi salah satu kebutuhan utama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Layanan BYOND by BSI hadir sebagai solusi untuk memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan, mulai dari pembayaran, transfer, hingga pencatatan keuangan yang lebih efisien. Namun, adopsi layanan digital oleh pelaku UMKM di Kota Banda Aceh masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah kepercayaan pelaku UMKM terhadap sistem layanan digital. Kepercayaan menjadi faktor krusial dalam penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi, terutama dalam aspek keamanan data dan transparansi transaksi. Banyak pelaku UMKM yang masih ragu terhadap keandalan sistem serta perlindungan data pribadi mereka dalam menggunakan BYOND by BSI.

Selain itu, kenyamanan dalam penggunaan layanan juga menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan pengguna. Jika layanan digital tidak memiliki antarmuka yang mudah digunakan, fitur yang sesuai dengan kebutuhan UMKM, atau jika terdapat kendala teknis yang sering terjadi, maka pelaku UMKM cenderung enggan untuk beralih sepenuhnya ke sistem digital. Faktor lainnya adalah kualitas layanan, yang mencakup kecepatan, keandalan, serta responsivitas layanan pelanggan. Pelayanan yang kurang responsif atau sistem yang sering mengalami gangguan dapat menurunkan kepuasan pengguna. Bagi UMKM, kecepatan dan efisiensi layanan menjadi aspek utama karena mereka bergantung pada kelancaran transaksi dalam operasional bisnis sehari-hari.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Amanda et. al., 2024). penelitian yang dilakukan merupakan Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan. Berdasarkan hasil penelitian melalui data statistik diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap Kepuasan nasabah. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Khotijah et al., 2023) Uji analisis yang digunakan adalah Uji kualitas data, Uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian berdasarkan uji t dan uji f membuktikan bahwa variabel keamanan, kenyamanan, kualitas layanan, fitur aplikasi berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah pengguna *mobile banking*. Penelitian (Sabila, 2023) Hasil penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menunjukkan bahwa Kepercayaan, Keamanan dan Kenyamanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat bertransaksi menggunakan M-Banking BSI.

Menurut Penelitian (Fahira, 2023) Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode random sampling melalui kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM kota Banda Aceh

mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini ditandai dengan peningkatan kepercayaan, kualitas layanan dan kepuasan, yang masuk ke tangan pelaku UMKM.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepercayaan, kenyamanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelaku UMKM di Kota Banda Aceh dalam menggunakan layanan BYOND by BSI. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk pengembangan layanan Lembaga Keuangan khususnya BSI yang lebih inklusif dan bertanggung jawab.

B. TEORI

BYOND by BSI

Menurut (Milza et al., 2019) BYOND by BSI adalah layanan perbankan yang dapat diakses melalui telepon genggam. Dengan adanya telepon genggam dan layanan BYOND by BSI, nasabah kini bisa melakukan transaksi perbankan tanpa harus pergi ke bank secara langsung. Penggunaan BYOND by BSI memungkinkan nasabah menghemat waktu, karena mereka dapat melakukan berbagai transaksi perbankan di mana saja dan kapan saja dengan memanfaatkan jaringan elektronik, seperti smartphone, internet, dan telepon genggam, dengan mudah.

Dapat disimpulkan bahwa BYOND by BSI merupakan inovasi dari lembaga perbankan yang bertujuan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi secara praktis melalui smartphone, kapan saja dan di mana saja. Dengan menggunakan layanan BYOND by BSI, nasabah dapat dengan cepat dan efisien memperoleh informasi perbankan serta mengurangi waktu tunggu dalam melakukan berbagai transaksi. Di sisi lain, produk teknologi informasi ini juga membantu meringankan beban kerja karyawan bank, khususnya di bagian *teller* dan *customer service*, karena banyak transaksi kini dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Industri mengacu pada aktivitas ekonomi yang melibatkan pengolahan bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah yang lebih besar. Kegiatan ini mencakup berbagai aktivitas, termasuk perancangan dan rekayasa industri. Dari sudut pandang pembentukan kekayaan pada skala makro, industri berperan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Secara umum, industri dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu industri yang menghasilkan barang dan industri yang menyediakan jasa. Industri memiliki dua makna. Pertama, secara umum, industri merujuk pada perusahaan yang beroperasi di sektor ekonomi yang termasuk dalam sektor sekunder. Kedua, dalam konteks teori ekonomi, industri merujuk pada sekelompok perusahaan yang memproduksi barang sejenis dalam satu pasar, yang terbagi menjadi tiga sektor utama: primer, sekunder, dan tersier (Tambunan, 2019).

Kepuasan

Kotler dan Keller menyatakan bahwa Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan

harapan konsumen. Kepuasan juga merupakan reaksi konsumen terhadap evaluasi perbedaan antara harapan sebelum membeli dengan kinerja nyata produk setelah digunakan atau diakses, baik berupa barang maupun jasa (Kotler, 2002). Kepuasan pelanggan termasuk pelaku UMKM adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana produk atau layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi atau keinginan pelanggan. Jika ekspektasi lebih tinggi daripada realitas maka pelanggan akan merasa kecewa, jika sesuai pelanggan akan merasa puas dan jika melebihi ekspektasi pelanggan akan lebih merasa sangat puas.

Indikator Kepuasan

Indikator untuk mengukur Kepuasan pelanggan, menurut (Indrasari, 2019) adalah:

1. Pemenuhan Harapan (*Expectation Fulfillment*)
Pemenuhan harapan mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi pelanggan. Indikator ini mencerminkan keberhasilan penyedia layanan dalam menjawab apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengguna.
2. Rekomendasi (*Willingness to Recommend*)
Kemauan untuk merekomendasikan adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana pelanggan puas dengan layanan sehingga bersedia merekomendasikan kepada orang lain, seperti teman, keluarga, atau kolega. Indikator ini juga sering diukur melalui Net Promoter Score (NPS).
3. Kepuasan Umum (*Overall Satisfaction*)
Kepuasan umum mencerminkan perasaan keseluruhan pelanggan terhadap layanan yang diterima, berdasarkan pengalaman mereka secara menyeluruh. Indikator ini mengukur persepsi global pelanggan terhadap kualitas layanan.
4. Kesesuaian Layanan dengan Kebutuhan Bisnis (*Service Fit for Business Needs*)
Kesesuaian layanan mengacu pada sejauh mana layanan yang diberikan memenuhi kebutuhan spesifik bisnis pelanggan, termasuk relevansi fitur dan kemampuan layanan dalam mendukung tujuan bisnis mereka.

Kepercayaan

Secara umum, kepercayaan merupakan keyakinan bahwa pihak lain yang dipercayai tidak akan bertindak oportunistis dengan memanfaatkan situasi tertentu untuk keuntungan pribadi. Dalam penelitian ini, kepercayaan merujuk pada keyakinan pengguna BYOND by BSI terhadap penyedia layanan tersebut, khususnya mengenai kemampuan penyedia dalam menjaga kepercayaan. Dengan demikian, kepercayaan dalam konteks penggunaan BYOND by BSI dapat diartikan sebagai harapan dan keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan (bank) memiliki kompetensi yang memadai dan tidak akan bertindak oportunistis (Afifah, 2017).

Menurut Sulle (2022), kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak terhadap keandalan, ketahanan, dan integritas pihak lain dalam sebuah hubungan, serta keyakinan bahwa tindakan pihak tersebut dilakukan demi kepentingan terbaik dan akan memberikan hasil positif bagi yang dipercaya. (Rahmi et al., 2024), juga menyebutkan

bahwa terdapat empat indikator yang mencerminkan variabel kepercayaan, yaitu kejujuran, keandalan, kepastian keamanan, dan kepedulian terhadap pengguna.

Indikator Kepercayaan

Menurut Rahmi et al (2024), indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran (*Honesty*)
Cara perusahaan atau pemasar menawarkan produk atau layanan harus sesuai dengan informasi yang diberikan kepada konsumen. Kepercayaan konsumen dapat terbentuk melalui kejujuran produsen dalam mengungkapkan bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk, serta memberikan informasi tentang kemungkinan efek samping dari penggunaan produk tersebut. Kejujuran penjual dalam transaksi, tanggung jawab penjual kepada pembeli, serta kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik juga merupakan faktor penting.
2. Keandalan (*Reliability*)
Keandalan adalah konsistensi dari berbagai pengukuran yang dilakukan. Keandalan bertujuan untuk menilai seberapa konsisten sebuah perusahaan dalam menjalankan usahanya dari masa lalu hingga saat ini. Kepercayaan konsumen adalah persepsi yang berasal dari sudut pandang konsumen mengenai keandalan penjual berdasarkan pengalaman dan pemenuhan harapan serta Kepuasan konsumen.
3. Kepastian Keamanan (*Security Assurance*)
Kepastian keamanan pada layanan BYOND by BSI sangat penting untuk memastikan bahwa pengguna merasa aman dan terlindungi saat melakukan transaksi perbankan digital. Secara keseluruhan, bahwa layanan BYOND by BSI dilengkapi dengan berbagai fitur keamanan yang kuat dan memenuhi standar industri, bank berusaha untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna, yang menjadi salah satu faktor penting dalam kesuksesan layanan perbankan digital.
4. Kepedulian Terhadap Pengguna (*User Care*)
Perusahaan atau pemasar yang konsisten dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya adalah yang secara aktif menanggapi dan menyelesaikan keluhan yang disampaikan oleh konsumen. Mereka selalu menempatkan konsumen sebagai prioritas utama dan secara terus-menerus melakukan pengembangan produk atau layanan. Ini mencerminkan komitmen industri untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat dan nyaman bagi konsumen.

Kenyamanan

Menurut (Sabila, 2023), BYOND by BSI menawarkan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dari mana saja. Layanan ini memberikan banyak kemudahan dan keuntungan, termasuk akses perbankan tanpa perlu mengunjungi kantor cabang atau ATM (*Automated Teller Machine*) yang biasanya memerlukan antrian untuk transaksi.

Kenyamanan yang dimaksud di sini adalah fleksibilitas dalam waktu dan tempat saat menggunakan BYOND by BSI, di mana konsumen merasa layanan ini memudahkan aktivitas mereka secara signifikan.

Menurut (Kotler & Keller, 1997), kenyamanan adalah ketika nasabah bank dapat melakukan transaksi kapan saja tanpa perlu mengunjungi cabang bank atau ATM terdekat, yang umumnya memerlukan antrian untuk melakukan transaksi perbankan.

Indikator Kenyamanan

Menurut (Zahra, 2024), ada empat indikator kenyamanan yang dapat digunakan untuk mengukur Kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan layanan BYOND by BSI:

1. Kemudahan Penggunaan (*Easy of Use*)
Kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan tanpa banyak usaha. Kemudahan penggunaan juga dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.
2. Kemudahan Akses Layanan (*Access Convenience*)
Kemudahan Akses Layanan adalah salah satu aspek penting yang mendukung kepercayaan dan Kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Kemudahan akses berarti pengguna dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan layanan aplikasi tersebut kapan saja dan di mana saja, tanpa hambatan atau kesulitan.
3. Fitur yang Memadai (*Sufficient Features*)
fitur yang memadai adalah fitur yang cukup dan sesuai dengan kebutuhan pengguna yang memastikan pengalaman yang efisien, efektif, dan memuaskan. fitur yang memadai pada layanan BYOND by BSI adalah fitur-fitur yang tidak hanya mempermudah transaksi keuangan sehari-hari, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah dan dapat diakses dengan mudah melalui platform digital. Dengan memberikan kenyamanan, keamanan, dan transparansi, BYOND by BSI dapat memenuhi berbagai kebutuhan perbankan nasabahnya dalam kehidupan modern yang serba cepat dan digital.
4. Kecepatan Transaksi (*Transaction Speed*)
Kecepatan transaksi diartikan sebagai jumlah waktu dan usaha yang dikeluarkan oleh konsumen untuk melakukan transaksi, serta seberapa cepat dan mudah proses tersebut berlangsung. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa kecepatan dan kemudahan layanan BYOND by BSI memengaruhi pilihan mereka untuk menggunakan layanan online banking. seperti metode pembayaran mudah dan cepat.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keunggulan sebuah bank dalam bersaing dengan bank lainnya. Sebagai perusahaan yang bergerak

di bidang jasa keuangan, bank sangat mengutamakan kualitas layanan dalam setiap interaksi dengan nasabah. Jika bank tidak mampu memberikan pelayanan yang memuaskan, ada kemungkinan nasabah akan memutuskan untuk menghentikan hubungan dengan bank tersebut. Oleh karena itu, kualitas layanan memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank. Kualitas layanan juga menjadi jaminan utama untuk menjaga loyalitas nasabah, menghadapi persaingan, dan merupakan jalur strategis untuk mendukung pertumbuhan serta pendapatan yang berkelanjutan (Prishellya & Aulia, 2021).

Menurut (Zeithaml & Berry, 1985), kualitas layanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Kualitas layanan adalah hasil evaluasi keseluruhan dari dua aspek: kualitas teknis, yaitu layanan yang diterima pelanggan, dan kualitas fungsional, yaitu bagaimana layanan tersebut disampaikan. Jika layanan yang diterima pelanggan berada di bawah harapan mereka, kualitas layanan dianggap baik, sedangkan jika layanan melebihi harapan konsumen, kualitas layanan dianggap tidak baik. Parasuraman mengidentifikasi lima indikator kualitas layanan, yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan, dan bukti fisik.

Indikator Kualitas Layanan

Menurut (Zeithaml & Berry, 1985), terdapat 4 (empat) indikator penentu dalam kualitas layanan sebagai berikut:

1. **Kualitas Teknologi (*Technological Quality*)**
Kualitas Teknologi merujuk pada sejauh mana teknologi yang digunakan dalam layanan dapat memenuhi kebutuhan pengguna secara efisien dan efektif. Ini mencakup keandalan sistem, keamanan, dan kemudahan akses teknologi yang digunakan dalam layanan.
2. **Responsivitas (*Responsiveness*)**
Responsivitas adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan respons yang cepat, tepat waktu, dan membantu kepada pelanggan. Indikator ini menunjukkan seberapa baik organisasi merespons permintaan atau keluhan pelanggan.
3. **Empati (*Empathy*)**
Empati berarti bahwa perusahaan memahami masalah konsumen dan bertindak demi kepentingan mereka, memberikan perhatian khusus, serta menyediakan jam operasional yang nyaman bagi pelanggan.
4. **Fungsionalitas (*Functionality*)**
Fungsionalitas adalah kemampuan suatu layanan untuk bekerja sesuai dengan tujuan dan memenuhi kebutuhan pengguna. Dalam konteks digital, ini meliputi fitur, navigasi, dan kemudahan penggunaan sistem yang mendukung kelancaran aktivitas pelanggan.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dilaksanakan penelitian ini dengan menggunakan model kuantitatif. Penelitian dengan model kuantitatif dilakukan menggunakan data berbentuk angka, yang kemudian dianalisis dan diambil Kesimpulan (Sugiyono, 2010). Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menghasilkan temuan yang dapat digunakan untuk memahami situasi atau kondisi yang mirip dengan populasi lain. Selain itu, metode ini juga berguna dalam menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat mengidentifikasi variabel-variabel yang memengaruhi tingkat Kepuasan pelaku UMKM.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Pada Pelaku UMKM Kota Banda Aceh. Berdasarkan data yang diperoleh dari (DISKOPUKMDAG) Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kota Banda Aceh total populasi pada studi ini yaitu 34.428, yang merupakan jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh (DISKOPUKMDAG, 2024). Pada penelitian ini, digunakan metode penarikan sampel dengan teknik (*proporsional random sampling*). Maka berdasarkan hitungan total sampel yang diperoleh dari total populasi ialah yakni 100 Pelaku usaha UMKM yang berada di Banda Aceh. Pembagian responden dari sampel itu peneliti menggunakan *proporsional random sampling* yaitu pembagian sample dengan proporsi yang sama dengan tujuan ingin memastikan bahwa setiap bagian dari populasi memiliki kontribusi yang setara dalam sampel yang diambil. Sumber penelitian ini berasal dari data primer. Data primer adalah data asli yang baru dan memiliki kebaruan (Ibrahim, 2023). Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kota Banda Aceh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Valid

Tabel 1. Uji Valid

Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
X1.1	0.778	0.1975	Valid
X1.2	0.817	0.1975	Valid
X1.3	0.797	0.1975	Valid
X1.4	0.828	0.1975	Valid
X1.5	0.829	0.1975	Valid
X1.6	0.853	0.1975	Valid
X1.7	0.831	0.1975	Valid
X1.8	0.785	0.1975	Valid
X2.1	0.846	0.1975	Valid
X2.2	0.745	0.1975	Valid
X2.3	0.829	0.1975	Valid
X2.4	0.864	0.1975	Valid

X2.5	0.861	0.1975	Valid
X2.6	0.810	0.1975	Valid
X2.7	0.801	0.1975	Valid
X2.8	0.845	0.1975	Valid
X3.1	0.885	0.1975	Valid
X3.2	0.817	0.1975	Valid
X3.3	0.854	0.1975	Valid
X3.4	0.846	0.1975	Valid
X3.5	0.862	0.1975	Valid
X3.6	0.863	0.1975	Valid
X3.7	0.842	0.1975	Valid
X3.8	0.870	0.1975	Valid
Y1	0.890	0.1975	Valid
Y2	0.914	0.1975	Valid
Y3	0.898	0.1975	Valid
Y4	0.906	0.1975	Valid
Y5	0.937	0.1975	Valid
Y6	0.884	0.1975	Valid
Y7	0.867	0.1975	Valid
Y8	0.897	0.1975	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 100 responden, maka $df = 100 - 3 = 97$ dengan alpha 5% sehingga di dapat $r_{tabel} = 0.1975$. Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid, sehingga kuesioner tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Indikator	Minimal Cronch's	Cronch's Alpha	Keterangan
Kepercayaan (X_1)	0.60	0.926	Reliabel
Kenyamanan (X_2)	0.60	0.931	Reliabel
Kualitas Layanan (X_3)	0.60	0.947	Reliabel
Kepuasan (Y)	0.60	0.966	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

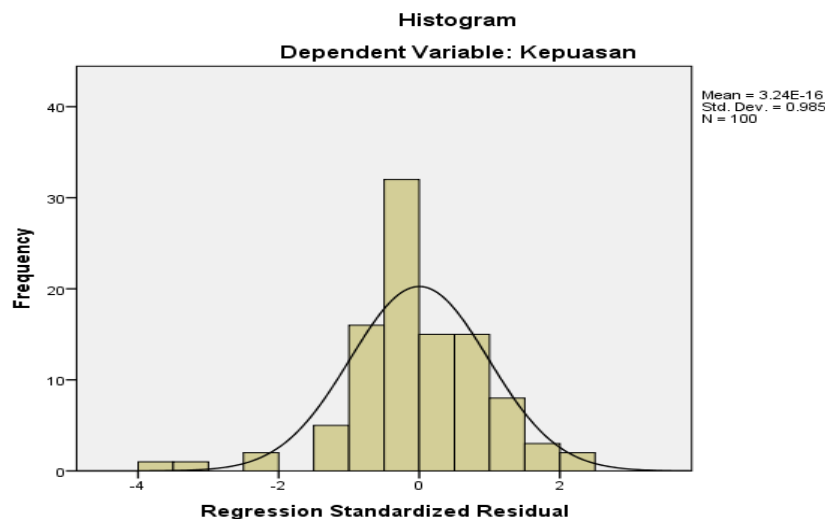
hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2), kualitas layanan (X_3), dan kepuasan (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel penelitian $> 0,60$.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji asumsi dilakukan untuk menguji apakah penelitian ini memiliki distribusi normal pada nilai residual. Berdasarkan Gambar 1 mengenai uji normalitas menggunakan histogram dalam penelitian ini, uji normalitas sudah terpenuhi. Hal ini terlihat dari bentuk histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan, sesuai dengan distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram dalam penelitian ini menunjukkan distribusi normal.

Gambar 1. Uji Normalitas Histogram



Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.717	1.635		-.439	.662		
Kepercayaan	.452	.102	.424	4.419	.000	.216	4.624

Kenyamanan	-	.112	-.003	-	.978	.188	5.317
Kualitas Layanan	.003	.107	.516	.0288	.000	.223	4.488

a. Dependent Variable: Kepuasan

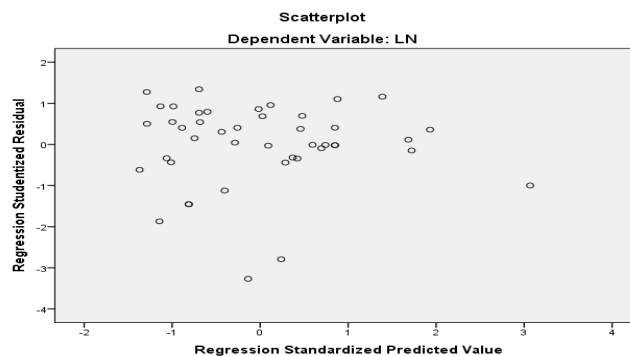
Sumber: Data Diolah (2025)

menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2), dan kualitas layanan (X_3) dalam penelitian ini memiliki nilai toleransi yang lebih besar dari 0.1 atau > 0.1 , serta nilai VIF dari setiap variabel yang lebih kecil dari 10 atau < 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud untuk mengevaluasi apakah terdapat perbedaan dalam variasi atau residu antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa titik-titik pada scatterplot tersebar secara acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Gambar 2. Uji heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.717	1.635	
Kepercayaan	.452	.102	.424
Kenyamanan	-.003	.112	-.003

Kualitas Layanan	.581	.107	.516
------------------	------	------	------

Sumber: Data Diolah (2025)

hasil regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0.717 + 0.452X_1 + -0.003X_2 + 0.581X_3 + e$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linier di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar **-0.717** menunjukkan bahwa jika variabel Kepercayaan, Kenyamanan, dan Kualitas Layanan bernilai nol, maka Kepuasan akan berada pada angka -0.717.
2. Nilai koefisien kepercayaan (X_1) sebesar 0.452: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara X_1 (kepercayaan) dan Y (kepuasan). Artinya, setiap peningkatan satu unit pada X_1 akan meningkatkan Y sebesar 0.452.
3. Nilai koefisien kenyamanan (X_2) sebesar -0.003: Koefisien ini bernilai negatif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara X_2 (kenyamanan) dan Y (kepuasan). Artinya, setiap peningkatan satu unit pada X_2 cenderung menurunkan Y sebesar 0.003, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
4. Nilai koefisien kualitas layanan (X_3) sebesar **0.581**: Bernilai positif, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara X_3 (kualitas layanan) dan Y (kepuasan). Artinya, Dengan kata lain, setiap peningkatan satu unit pada X_3 akan meningkatkan nilai Y sebesar **0.581**.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.717	1.635		-.439	.662
Kepercayaan	.452	.102	.424	4.419	.000
Kenyamanan	-.003	.112	-.003	-.028	.978
Kualitas Layanan	.581	.107	.516	5.448	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Diolah (2025)

Untuk menentukan pengaruh atau tidak pada suatu penelitian, dikatakan apabila nilai signifikansi uji $t > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka untuk mendapatkan *degree of freedom* pada uji T (df) = $n-k-1$. Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini yaitu 100, maka $df = 100-3-1 = 96$ dengan alpha 5% sehingga didapat t tabel sebesar 1.985.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.16, dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kepercayaan (X_1) memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4.419 > 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, H_a diterima.
2. Variabel kenyamanan (X_2) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} ($-0.028 < 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.978 yang lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Variabel kualitas layanan (X_3) memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($5.448 > 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4137.734	3	1379.245	135.073	.000 ^b
Residual	980.266	96	10.211		
Total	5118.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kenyamanan

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel yang diberikan, nilai F hitung adalah 135.073 dengan nilai $sig. = 0.000$. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 96. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 3.09. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung $> F$ tabel, yang dalam hal ini adalah $135.073 > 3.09$. Selain itu, nilai signifikansi $F = 0.000$ yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2), dan kualitas layanan (X_3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.808	.802	3.195

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kenyamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Diolah (2025)

dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0.808 maka memiliki arti bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2) dan kualitas layanan (X_3) memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 80.8% terhadap variabel kepuasan (Y) menggunakan layanan BYOND by BSI dan sisanya 19.2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI

Hasil uji parsial dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel Kepercayaan (X_1) memiliki pengaruh parsial terhadap Kepuasan dalam Layanan BYOND by BSI (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4.419 > 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelaku UMKM dalam layanan BYOND by BSI.

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam layanan berbasis digital, terutama dalam sektor perbankan dan keuangan. Dalam konteks layanan BYOND by BSI, kepercayaan dapat terbentuk melalui berbagai aspek, seperti keamanan transaksi, transparansi layanan, serta reputasi dan kredibilitas platform. Pelaku UMKM sebagai pengguna layanan membutuhkan jaminan bahwa layanan yang diberikan aman, dapat diandalkan, serta mampu memenuhi kebutuhan bisnis mereka dengan baik.

Pengaruh Kenyamanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel kenyamanan (X_2) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap Kepuasan dalam Layanan BYOND by BSI (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} ($-0.028 < 1.985$) serta tingkat signifikansi sebesar 0.978 yang lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun kenyamanan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan digital,

dalam konteks layanan BYOND by BSI, faktor ini tidak menjadi penentu utama kepuasan pelaku UMKM. Ada kemungkinan bahwa faktor lain, seperti kepercayaan dan kualitas layanan, lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna. Selain itu, temuan ini dapat mengindikasikan bahwa kenyamanan yang dirasakan oleh pelaku UMKM dalam menggunakan layanan BYOND by BSI sudah cukup baik, sehingga tidak menjadi faktor yang memengaruhi perbedaan tingkat kepuasan mereka. Pengguna mungkin lebih memprioritaskan aspek lain, seperti keamanan transaksi, kemudahan akses, atau fitur yang mendukung aktivitas bisnis mereka.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI

Hasil uji parsial dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel Kualitas Layanan (X_3) memiliki pengaruh parsial terhadap Kepuasan dalam Layanan BYOND by BSI (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($5.448 > 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kualitas layanan, semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelaku UMKM dalam layanan BYOND by BSI.

Kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam industri jasa, termasuk dalam layanan digital perbankan seperti BYOND by BSI. Kualitas layanan yang baik mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan respon, kemudahan akses, keamanan transaksi, serta kemudahan dalam mengakses fitur-fitur yang mendukung aktivitas bisnis pelaku UMKM. Ketika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi pengguna, maka kepuasan mereka akan meningkat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas terhadap layanan tersebut.

Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Layanan BYOND by BSI

Hasil uji simultan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 135.073 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 96. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 3.09. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung $> F$ tabel, yang dalam hal ini adalah $135.073 > 3.09$. Selain itu, nilai signifikansi $F = 0.000$ yang lebih kecil dari α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2), dan kualitas layanan (X_3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI (Y).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, hasil uji parsial Variabel kepercayaan (X_1) memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($4.419 > 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Hasil uji parsial variabel kenyamanan (X_2) tidak memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih kecil dari t_{tabel} ($-0.028 < 1.985$) dan tingkat signifikansi sebesar 0.978 yang lebih besar dari 0.05. Hasil uji parsial variabel kualitas layanan (X_3) memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($5.448 > 1.985$) dan tingkat

signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil uji simultan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 135.073 dengan nilai sig. = 0.000. Derajat kebebasan (df) menunjukkan angka 96. Dapat dilihat bahwa nilai F tabel adalah 3.09. Dapat dikatakan signifikan apabila F hitung > F tabel, yang dalam hal ini adalah $135.073 > 3.09$. Selain itu, nilai signifikansi $F = 0.000$ yang lebih kecil dari $\alpha (0.05)$, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X_1), kenyamanan (X_2), dan kualitas layanan (X_3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan dalam layanan BYOND by BSI (Y).

DAFTAR REFERENSI

- Adekantari, S., & Rukmana, L. (2024). Peran Bank BSI Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(1), 95–115.
- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking bank syariah mandiri*.
- Aji, D. D & Yuniawan. A., (2023). Studi Tentang Keputusan Dalam Menggunakan *Mobile Banking Apps Pada Pelaku Usaha UMKM (Studi Kasus Kantor Cabang Bank BUMN Cirebon)*. *Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro* 17(2), 743–755.
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budiatmo, A. (2012). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik. 1–12.
- Amanda. S, Hairunnisa & Ratna (2024). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Indralaya. *Jurnal LA RIBA Jurnal Perbankan Syari'ah Program Studi Perbankan Syari'ah* . 6(01), 43–51.
- Arikunto (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta Rineka Cipta, 4–6.
- Arimbi, F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSI Mobile Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi. *International Journal of Bank Marketing*, 10(2), 1–23.
- Arrizki, F., Lubis, A. Y., & Lestari, D. (2023). Pengaruh BSI Mobile Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa/I Perbankan Syariah-Uinsu). " *Eksya Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 4, No. 1, Juni (2023): 2746–8925*", 4(1), 2746–8925.
- Azizah, I. D. & Misral., (2024). *Analisis Minat Mahasiswa Terhadap Aplikasi BSI Mobile Dalam Pembayaran E-Commerce*. 4(1), 44–49.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3, 1.

- BSI, 2024. "SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif yang Semakin Nyaman & Aman" (<https://www.bankBSI.co.id/news-update/berita/superapp-BYOND-by-BSI-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-yang-semakin-nyaman-aman-diakses>, diakses pada 21 Januari 2025).
- Dirwan, & Pertiwi, A. (2018). Pengaruh Kenyamanan Dan Kemudahan Penggunaan Fasilitas ATM BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar. *Jurnal AKMEN: Akuntansi Dan Manajemen*, 15(2), 236–247.
- DISKOPUKMDAG, 2024, "Data UMKM Kota Banda Aceh" (<https://diskopukmdag.bandaacehkota.go.id/2024/01/02/data-UMKM-kota-banda-aceh/>, diakses pada 25 Januari 2025).
- Fahira, M. N. (2023). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Banda Aceh. *Skripsi*, 1–2
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Ghozali, I. (2011). *Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Mult.pdf* (p. 129).
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). *Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia*. 4.
- Hasanah, U. (2014). Peran Fintech Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Parepare (Analisis Manajemen Keuangan Syariah). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.
- Iskandar Yahya Arulampalam Kunaraj P.Chelvanathan, A. A. A. B. (2023). Digital Banking & Financial Technology. In *Journal of Engineering Research* (Issue February 2024).
- Kadin Indonesia, 2024, "Indonesian Chamber of Commerce and Industry. Data dan Statistik UMKM" (<https://kadin.id/data-dan-statistik/UMKM-indonesia/>, diakses pada 21 Januari 2025).
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2023). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *El-Aswaq*, 4(02), 541–551. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i02.25795>
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management, Millenium Edition*.
- Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2021). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR: Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163. <https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.3044>
- Yulindawati dkk : Pengaruh Kepercayaan, Kenyamanan ...

- Martinelli, I. (2021). *Menilik Financial Technology dalam Bidang Perbankan*. 2(2021), 32–43.
- Medica, P., Husada, F., Ustiawaty, J., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., & Mada, U. G. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Milza, A. T., Fasa, M. I., Fachri, A., (2019). *Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperlees Dan Penerapan Green Banking*. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. 0717, 1–12. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>
- Mimiasri, Hadi, N., & Saputra, A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 8(2), 135–142. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v8i2.816>
- Mutiasari, I. A., (2020). *Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital*. *Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta*.
- Nika, A. T. (2022). Pengaruh Customer Satisfaction, Usability Dan Trust terhadap Kemudahan Dan Kenyamanan Bertransaksi Di Bank Syariah Tanggamus Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*
- Pratama, A., et.al. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo*” Volume 2/Nomor 1/Juli 2019 (Hal. 204 – 216)
- Purnomo, R. A., Si, M., & Mahasiswa, U. (2023). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*.
- Putra O, A. Lukitaningsih, P., & Cahyani (2022). Pengaruh tarif, keamanan dan kenyamanan terhadap loyalitas konsumen. *Journal Forum Ekonomi*. 24 (1).
- Putri, A.R., Waluyo, B., & Farhani, N. H. (2022). The Influence Of Knowledge And Trust Of Msmes In The Bogor Region Towards Interest In Financing Through Sharia Mobile Banking. *Jurnal Syarikah* . 8 (1).
DOI: <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4879>
- Rahim, R., Ak, M. F., & Karina, N. A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan dalam perspektif islam terhadap Kepuasan nasabah pada mobile banking BSI*. 513–519.
- Rahmi, Syafei M. Nur, I., & Ditilebit, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 144–153. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.314>
- Raselawati, A. (2011). Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Di Indonesia.

- Rauf, S. (2023). *Studi Komparatif Fasilitas Dan Kualitas Layanan M-Banking BSI Dan Bri Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kota Palopo*.
<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/7017/>
- Pratama, A., et.al. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo* Volume 2/Nomor 1/Juli 2019 (Hal. 204 – 216)
- Sabila, S. A. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, dan Kenyamanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Teknologi QRIS Pada Aplikasi BSI Mobile Banking (Studi Empiris Pada Nasabah BSI Purwokerto). *Skripsi*, 1–124.
- Seneng Jayadi. (2022). *Pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan nasabah dalam bertransaksi di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia)*. Diss. UIN Mataram, 2022.
- Setiawan, S., Dicky, A., & Hellyani, C. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional* ..., 3(6), 6680–6687.
<https://ocs.machung.ac.id/index.php/seminarnasionalmanajemenakuntans/article/view/610%0Ahttps://ocs.machung.ac.id/index.php/seminarnasionalmanajemenakuntans/article/download/610/350>
- Sintiya, D. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah*. 13(April), 15–38.
- Sitompul, E., & Santoso, S. (2021). Analisis Penggunaan Fasilitas Tarik Tunai Saldo Gopay Melalui Atm Xxx Dengan Mekanisme Tarik Tunai Tanpa Kartu di Jakarta. *Distribusi Journal of Management and Business*, 9(2), 221–236.
<https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.171>
- Sodik, M. A. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian*. June 2015.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta* (Issue January).
- Sugoyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In 2 (p. III-434).
- Sulle, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kapi). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1), 101–109.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.862>
- Suryanti, A. G. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah

- Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Kota Gunug, Grobogan. *Skripsi*, 1–2.
- Tambunan, T. (2019). *Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. 4.
- Utami, W., Rofika, I. D., Kamelia, T., Budiarti, Y., Mushlihah, T., Aminin, H., Awaliya, R., Azizah, N., & Septiani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) Mobile. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 1–22.
- Yoga, S. (2019). Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*, 24(1), 29–46.
<https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3175>
- Zahra, R. (2024). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Generasi Gen Z UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Dalam Menggunakan Layanan BSI Mobile Banking*. Jakarta.
- Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL)*. September 2014.
<https://doi.org/10.2307/1251430>.
- Zulhilmi, M., & Adila, N. (2023). *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Strategi Pemasaran Pada Layanan BSI Mobile Di Banda Aceh*.