

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING PADA
NASABAH BANK BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA**

Tugas Akhir Magang

Sudah bisa ikut ujian TA Magang,
12/09/2025.



Nursya'bani Purnama, Drs., M.Si.,



Disusun Oleh:

Nama : Maulana Firmansyah

NIM : 21311082

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Operasional

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING PADA
NASABAH BANK BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA**

Tugas Akhir Magang

Disusun dan diajukan guna memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh:

Nama : Maulana Firmansyah

NIM : 21311082

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, terkecuali kutipankutipan yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 September 2025



(Maulana Firmansyah)

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

EVALUASI KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING PADA
NASABAH BANK BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA

Diajukan Oleh:

Nama : Maulana Firmansyah

NIM : 21311082

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 12 September 2025

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



(Nursya'bani Purnama, Drs., M.Si., Dr)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**EVALUASI KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING PADA NASABAH BANK BSI KCP
YOGYAKARTA KUSUMANEGARA**

Disusun oleh : Maulana Firmansyah

Nomor Mahasiswa : 21311082

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Rabu 01 Oktober 2025

Pembimbing TA : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.
Penguji : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan internet banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Yogyakarta Kusumanegara dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Objek penelitian adalah nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang menggunakan layanan internet banking, dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan nilai rata-rata (mean) untuk menilai persepsi nasabah terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kualitas layanan internet banking BSI sudah berjalan dengan baik pada semua dimensi, namun aspek tangible masih memerlukan evaluasi dan perbaikan terutama terkait tampilan antarmuka, konsistensi desain, serta kemudahan akses aplikasi. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya optimalisasi kualitas layanan internet banking, khususnya pada aspek tangible, agar BSI mampu menghadirkan layanan digital yang lebih unggul, modern, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Internet Banking, Evaluasi Kualitas Layanan, BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara

ABSTRACT

This study aims to evaluate the quality of internet banking services at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Yogyakarta Kusumanegara using five SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The object of the study was BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara customers who use internet banking services, with a sample of 50 respondents selected through purposive sampling technique. This study used a quantitative method with data collection through questionnaires and analysis using descriptive statistics through the calculation of the average value (mean) to assess customer perceptions of each dimension of service quality. The results of the study indicate that in general the quality of BSI internet banking services has been running well in all dimensions, but tangible aspects still require evaluation and improvement, especially related to the interface display, design consistency, and ease of application access. The implications of this study emphasize the importance of optimizing the quality of internet banking services, especially in tangible aspects, so that BSI is able to provide superior, modern digital services that are in accordance with customer needs.

Keywords: Service quality, Internet Banking, Evaluation of Service Quality, BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan petunjuk, Rahmat, dan karunia-Nya. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang setia hingga akhir zaman.

Dalam pembuatan dan penelitian skripsi ini tidak sedikit hambatan yang menghadang. Namun, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Evaluasi Kualitas Layanan Internet Banking pada Nasabah Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara.”**

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya, semoga segala sesuatunya menjadi amal ibadah bagi kita semua. Dengan demikian, saya sampaikan kepada :

1. Allah SWT atas limpahan Rahmat, karunia, hidayah-Nya kepada penulis hingga saat ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri teladan bagi seluruh umat dalam kehidupan sehari-hari.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Prof. Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D. selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Nursya'bani Purnama, Drs., M.Si., Dr, yang telah membimbing penulis dengan memberikan arahan, nasihat, serta ilmu berharga kepada penulis dalam melakukan penelitian hingga menyelesaikan Tugas Akhir Magang ini. Semoga bapak sehat selalu.

7. Universitas Islam Indonesia terutama Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi yang merupakan almamater tempat saya menimba ilmu. Terimakasih kepada seluruh jajaran dosen atas ilmu dan bimbingan yang diberikan serta kepada para staff atas dukungannya dalam membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), perusahaan tempat penulis melaksanakan magang dan penelitian serta memberikan pengalaman berharga. Terima kasih kepada orang-orang didalamnya yang telah mengajarkan banyak pelajaran berharga mengenai pekerjaan dan kehidupan kerja kepada penulis.
9. Abah, Ibu, kakak penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih atas dukungan yang menjadikan penulis merasa bisa dan mudah untuk menjalani magang, penelitian, hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Hafied Wahyudi Putra, Hafaro Pradana Putra, Rezi Rizki, Fatan Acshin S, Arieq Haydar, Nazala Anajma A, Ananda Raja Sitompul, Bagas Nur Hadiyanto, Brilliant Dwi Artha, Imam Ramadhan, Ardra Refinansyah P, Cae Wirenegare, dan seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan, menemani dan juga menghibur penulis serta menjadi tempat keluh kesah selama masa perkuliahan.
11. Rayhan, Gilang, dan teman-teman dekat penulis lainnya yang telah menemani penulis dalam menjalani kehidupan perkuliahan serta saling membantu saat ada yang membutuhkan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir Magang ini berlangsung.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat, karunia, dan kemudahan kepada kita semua. Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	
iv ABSTRACT	
..... v KATA	
PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	
viii DAFTAR TABEL	
..... x DAFTAR	
GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	
xii	
BAB I PENDAHULUAN	
13	
1.1 Profil Perusahaan	
13 1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori Penelitian.....	9
2.1.1 SERVQUAL (Service Quality) Theory	9
2.1.2 Customer Service	12
2.1.3 Kualitas Layanan	13
2.1.4 Internet Banking	13
2.1.5 Kepuasan Nasabah.....	14
2.1.6 Loyalitas Nasabah	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.2.1 Populasi Penelitian.....	30

3.2.2 Sampel Penelitian.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.5.1 Kualitas Layanan Internet Banking.....	33
3.7 Metode Analisis	35
3.7.1 Analisis Deskriptif Penelitian.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Analisis Deskriptif Penelitian.....	38
4.1.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	38
4.1.1.1 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin Responden.....	38
4.1.1.2 Hasil Deskriptif Usia Responden.....	39
4.1.1.3 Hasil Deskriptif Domisili Responden.....	40
4.1.1.4 Hasil Deskriptif Lama Menjadi Nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara.....	41
4.1.1.5 Hasil Deskriptif Lama Menggunakan Layanan Internet Banking BSI	42
4.1.1.6 Hasil Deskriptif Pekerjaan Responden.....	43
4.1.1.7 Hasil Deskriptif Penghasilan Per Bulan Responden	44
4.1.2 Analisis Deskriptif Item Variabel Penelitian	45
4.1.2.1 Hasil Deskriptif Item Variabel Kualitas Layanan Internet Banking.....	46
4.2 Pembahasan Penelitian.....	49
4.2.1 Kualitas Layanan Internet Banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta Berdasarkan lima dimensi pada SERVQUAL	49
4.2.2 Evaluasi Kualitas Layanan Internet Banking pada Bank BSI KCP	51
Kusumanegara Yogyakarta Berdasarkan lima dimensi pada SERVQUAL	51
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert Penelitian	29
Tabel 3. 2 Item Pengukuran Variabel Kualitas Layanan Internet Banking	30
Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden	34

Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden	35
Tabel 4. 3 Sebaran Domisili Responden	36
Tabel 4. 4 Sebaran Lama Menjadi Nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara	37
Tabel 4. 5 Sebaran Lama Menggunakan Layanan Internet Banking BSI	38
Tabel 4. 6 Sebaran Pekerjaan Responden	39
Tabel 4. 7 Sebaran Penghasilan Per Bulan Responden	40
Tabel 4. 8 Interval Skor	41
Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Kualitas Layanan Internet Banking	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	26
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUISIONER PENELITIAN.....	58
Lampiran 2. TABULASI DATA 50 RESPONDEN NASABAH BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA	62
Lampiran 3. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF PENELITIAN.....	64
Lampiran 4. FREQUENCES	65
Lampiran 5. TANGIBLES	65
Lampiran 6. RESPONSIVENESS	67
Lampiran 7. ASSURANCE	68
Lampiran 8. EMPATHY.....	69
Lampiran 9. TOTAL SQ FREQUENCIES	70
Lampiran 10. DAFTAR HADIR Maret 2024	72
Lampiran 11. DAFTAR HADIR April 2024	74
Lampiran 12. DAFTAR HADIR Mei 2024	76
Lampiran 13. DAFTAR HADIR Juni 2024	78
Lampiran 14. DAFTAR HADIR Juli 2024	80
Lampiran 15. Dokumentasi Foto dengan Staf dan Manajer BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara	82
Lampiran 16. Dokumentasi Sosialisasi dan Aduan Layanan Internet Banking BSI	83
Lampiran 17. Dokumentasi Ikut Serta dalam Pembukaan Booth BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara (Pembukaan Rekening Tabungan dan Aktivasi	

Internet Banking)	84
Lampiran 18. Dokumentasi Ikut Serta dalam Customer Service Sekaligus Observasi Terkait Layanan Pembukaan Rekening dan Aktivasi Internet Banking	85
Lampiran 19. Dokumentasi Input Data Keuangan (Nota Operasional BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara)	86

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

Industri perbankan nasional mengalami transformasi penting dengan terbentuknya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Peresmian bank syariah terbesar di Indonesia ini dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. Hadirnya BSI menjadi tonggak sejarah penting dalam pengembangan industri keuangan syariah nasional yang bertujuan untuk memperkuat posisi sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah di Indonesia. Kehadiran BSI juga menandai komitmen pemerintah dalam memperluas inklusi keuangan berbasis nilai-nilai Islam di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk terbentuk dari penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Merger ini disahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Keputusan No. 04/KDK.03/2021 pada tanggal 27 Januari 2021. Proses penggabungan ini tidak hanya memperkuat struktur kelembagaan dan permodalan BSI, tetapi juga menyatukan berbagai keunggulan yang dimiliki masing-masing bank sebelumnya. Komposisi pemegang saham BSI menunjukkan sinergi antara tiga bank besar nasional, dengan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemegang saham mayoritas sebesar 50,83%, diikuti oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25%, sementara sisanya dimiliki oleh pemegang saham minoritas.

BSI diharapkan menjadi motor penggerak utama dalam pengembangan ekonomi syariah nasional. Bank ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan layanan keuangan berbasis syariah yang luas dan modern, tetapi juga untuk menjadi

simbol kebangkitan ekonomi umat melalui prinsip rahmatan lil alamin, yakni membawa manfaat dan kebaikan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dukungan dari pemerintah melalui Kementerian BUMN serta komitmen dalam membangun ekosistem industri halal yang berdaya saing global semakin memperkuat peran BSI. Dengan potensi besar yang dimiliki, ditambah posisi strategis Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, BSI memiliki peluang yang terbuka lebar untuk tumbuh sebagai salah satu bank syariah terkemuka tidak hanya di tingkat nasional tetapi juga di panggung internasional.

Dalam menjalankan perannya sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) tidak hanya berfokus pada pencapaian kinerja keuangan semata, tetapi juga memiliki arah dan tujuan strategis yang jelas untuk jangka panjang. Arah tersebut tercermin dalam visi dan misi perusahaan yang menjadi pedoman dalam mengembangkan bisnis, memberikan layanan kepada nasabah, serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi nasional berbasis nilai-nilai Islam. Visi dan misi ini mencerminkan komitmen BSI untuk tumbuh secara berkelanjutan, bersaing di tingkat global, dan memberikan dampak positif bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemegang saham, dan para talenta terbaik bangsa. Berikut adalah uraian visi dan misi Bank Syariah Indonesia yang menjadi dasar pijakan dalam mewujudkan citacita besar sebagai bank syariah modern dan inklusif.

1.1.1 Visi Perusahaan

“Bank BSII berusaha untuk menjadi *Top 10 Global Islamic Bank*”

1.1.2 Misi Perusahaan

1. Menyediakan akses luas terhadap layanan keuangan berbasis syariah bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia, dengan target melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi salah satu dari lima bank terbesar di tanah air

berdasarkan total aset lebih dari 500 triliun rupiah serta nilai buku sebesar 50 triliun rupiah pada tahun 2025.

2. Membangun posisi sebagai bank besar yang mampu memberikan imbal hasil terbaik bagi para pemegang saham, dengan target menjadi lima besar bank paling menguntungkan di Indonesia melalui pencapaian *Return on Equity* (ROE) sebesar 18 persen dan rasio valuasi *Price to Book Value* (PBV) lebih dari 2.
3. Menjadi institusi yang diminati dan dibanggakan oleh talenta-talenta terbaik bangsa, dengan menjunjung tinggi nilai-nilai perusahaan, memberdayakan masyarakat, dan berkomitmen penuh terhadap pengembangan sumber daya manusia melalui budaya kerja yang berorientasi pada kinerja.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Selama saya melaksanakan magang, saya menyadari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara drastis cara manusia berinteraksi, bekerja, dan melakukan transaksi ekonomi, termasuk dalam sektor perbankan. Inovasi layanan keuangan berbasis teknologi digital semakin mendominasi, salah satunya adalah layanan internet banking yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, dan pengecekan saldo secara realtime melalui perangkat elektronik seperti smartphone atau komputer (Andreou & Anyfantaki, 2021). Dalam perspektif manajemen operasional, perkembangan ini tidak hanya mencerminkan perubahan perilaku konsumen, tetapi juga menuntut adanya pengelolaan sistem yang terstruktur, efisien, dan responsif. Menurut Sharma et al. (2020), internet banking merupakan bagian penting dari transformasi digital perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan nasabah. Data dari OJK dan Bank Indonesia pada tahun 2024 juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah transaksi digital di Indonesia, yang

menandakan bahwa internet banking telah menjadi kebutuhan utama dalam aktivitas operasional keuangan masyarakat, khususnya di kota-kota besar seperti Yogyakarta. Dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif, kualitas layanan tidak hanya menjadi faktor pendukung, tetapi merupakan elemen strategis yang menentukan keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan eksistensinya. Dalam konteks layanan internet banking, kualitas layanan digital yang prima sangat bergantung pada manajemen operasional yang mampu memastikan pengalaman pengguna yang memuaskan, aman, dan efisien. Parasuraman et al. (1988) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi utama dalam kualitas layanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kelima dimensi ini, apabila dikelola melalui proses operasional yang konsisten, akan memperkuat kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan internet banking. Sebaliknya, kelemahan operasional seperti antarmuka yang membingungkan, sistem yang sering bermasalah, atau minimnya dukungan pelanggan akan berdampak langsung pada kepuasan nasabah dan memicu perpindahan ke bank lain (Raza et al., 2020). Oleh karena itu, penguatan kualitas layanan melalui manajemen operasional menjadi aspek kunci dalam menciptakan nilai tambah dan kepuasan jangka panjang.

Menurut pengamatan saya, meskipun layanan internet banking telah menjadi bagian penting dari operasional perbankan, implementasinya tidak selalu optimal. Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai salah satu bank syariah terbesar di Indonesia, masih menghadapi tantangan signifikan dalam menghadirkan layanan internet banking yang andal dan memuaskan. Sejumlah nasabah melaporkan kendala operasional seperti kesulitan login, transaksi yang gagal saat jam sibuk, keterlambatan notifikasi, hingga tampilan antarmuka yang kurang intuitif. Permasalahan ini menunjukkan adanya gap dalam perencanaan dan pengendalian operasional, yakni ketidaksesuaian antara ekspektasi nasabah dengan performa sistem di lapangan. Galih & Setiawan (2024) menegaskan bahwa banyak bank gagal memahami kebutuhan pengguna layanan digital, sehingga inovasi yang dilakukan sering kali tidak tepat sasaran. Dalam konteks BSI, meskipun telah melakukan integrasi layanan digital pascamerger, keluhan tetap muncul yang

menandakan belum tercapainya kualitas layanan yang konsisten (Ismulyaty & Roni, 2022). Hal ini menyoroti pentingnya manajemen operasional yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Dalam era digital, loyalitas nasabah tidak hanya dibangun melalui interaksi personal di kantor cabang, tetapi juga melalui efektivitas operasional layanan digital, termasuk internet banking. Pengalaman nasabah dalam mengakses aplikasi, kecepatan pemrosesan transaksi, serta keandalan sistem secara keseluruhan menjadi indikator penting dalam membentuk persepsi terhadap kualitas operasional bank (Chaniago & Sari, 2022). Kepuasan nasabah yang konsisten akan memperkuat loyalitas, sebagaimana ditegaskan oleh Ismulyaty & Roni (2022), bahwa layanan yang berjalan lancar, aman, dan cepat cenderung mendorong nasabah untuk terus menggunakan serta merekomendasikan layanan tersebut. Aulia & Wazdi (2022) juga menambahkan bahwa keandalan sistem, keamanan transaksi, dan respons cepat dari layanan pelanggan digital merupakan faktor yang sangat memengaruhi loyalitas nasabah dalam konteks perbankan syariah. Dengan demikian, optimalisasi manajemen operasional layanan internet banking merupakan strategi penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif.

Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara sebagai salah satu cabang operasional BSI memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kualitas layanan digital yang dihadirkan. Namun, implementasinya masih menghadapi kendala operasional yang berulang, seperti kesulitan akses aplikasi pada jam tertentu, keterlambatan notifikasi transaksi, hingga terbatasnya fitur dalam aplikasi. Ketiadaan layanan bantuan langsung (live chat) juga memperburuk pengalaman nasabah yang mengalami kendala teknis. Permasalahan ini menunjukkan adanya kelemahan dalam pengelolaan operasional yang dapat berdampak negatif terhadap kepuasan nasabah. Jika tidak segera diatasi, masalah tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan dan mendorong nasabah untuk berpindah ke bank lain yang memiliki layanan digital lebih responsif. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi manajemen operasional secara menyeluruh untuk memastikan layanan internet banking dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan optimal.

Sejumlah penelitian terdahulu memperkuat pentingnya pengelolaan kualitas layanan digital dalam membangun loyalitas nasabah. Raza et al. (2020) menekankan bahwa kepercayaan dan persepsi kualitas layanan digital memiliki pengaruh besar terhadap keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank tertentu. Dalam ranah perbankan syariah, Rahi et al. (2020) menemukan bahwa dimensi keandalan, keamanan, dan kenyamanan layanan internet banking berperan signifikan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah. Selanjutnya, Rahi et al. (2021) menyimpulkan bahwa kualitas layanan digital yang baik tidak hanya menghasilkan kepuasan sesaat, tetapi juga loyalitas jangka panjang. Dengan demikian, evaluasi terhadap layanan internet banking BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara menjadi relevan, karena temuan empiris menunjukkan bahwa manajemen operasional yang efektif merupakan kunci keberhasilan dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan internet banking yang diberikan oleh Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara dengan fokus pada manajemen operasional. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi dimensi layanan yang sudah berjalan baik serta aspek operasional yang masih perlu ditingkatkan, sehingga perbaikan dapat dilakukan secara terarah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi manajemen BSI, baik di tingkat cabang maupun pusat, dalam merancang layanan internet banking yang lebih adaptif terhadap kebutuhan nasabah. Selain kontribusi akademik dalam pengembangan ilmu manajemen operasional dan kualitas layanan, penelitian ini juga memiliki nilai praktis dalam pengambilan kebijakan peningkatan layanan digital perbankan syariah. Di tengah transformasi digital yang semakin pesat, evaluasi manajemen operasional semacam ini sangat penting untuk memastikan bahwa BSI tidak hanya mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga mampu menghadirkan layanan digital yang unggul dan kompetitif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti kemudian merumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Layanan Internet Banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta Berdasarkan lima dimensi pada SERVQUAL?
2. Dari kelima dimensi Kualitas Layanan (SERVQUAL), mana yang perlu dievaluasi dan perlu ditingkatkan Kembali guna mengoptimalkan layanan internet banking BSI?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, penulis kemudian menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas layanan internet banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.
2. Untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan SERVQUAL yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan kembali dalam rangka mengoptimalkan layanan internet banking BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa:

Penelitian ini memberikan kesempatan untuk mengasah kemampuan analisis dan pemahaman terhadap penerapan teori kualitas layanan pada sektor perbankan digital. Selain itu, pengalaman dalam melakukan penelitian ini menjadi bekal keterampilan riset yang bermanfaat di dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan:

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi BSI untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan layanan internet banking, serta memberikan rekomendasi yang dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan digital dan menjaga kepuasan serta loyalitas nasabah.

3. Bagi Universitas:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi akademik di lingkungan Universitas Islam Indonesia, khususnya dalam bidang manajemen layanan berbasis teknologi, serta menjadi contoh penerapan metode SERVQUAL pada layanan perbankan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada beberapa landasan teori utama yang saling berkaitan untuk memahami dan menganalisis kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah, khususnya pada BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara. Teori *SERVQUAL (Service Quality)* menjadi dasar utama karena menyediakan kerangka kerja dalam mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Teori ini relevan dalam menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan memenuhi harapan nasabah. Selanjutnya, konsep *Customer Service* dijelaskan untuk memahami peran dan fungsi petugas layanan dalam membangun hubungan yang baik dengan nasabah serta memastikan kepuasan pelanggan. Selain itu, teori mengenai layanan perbankan penting untuk menjelaskan karakteristik dan standar layanan yang seharusnya diterapkan dalam industri perbankan syariah. Terakhir, teori tentang optimalisasi kinerja layanan perbankan memberikan kerangka pemikiran mengenai upaya-upaya strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Pemahaman terhadap keempat aspek ini penting karena secara holistik membantu peneliti dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan yang diberikan, serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas layanan di sektor perbankan.

2.1.1 *SERVQUAL (Service Quality) Theory*

Teori *SERVQUAL (Service Quality)* adalah salah satu model yang paling banyak digunakan dalam mengukur kualitas layanan, dan dikembangkan oleh tiga ahli pemasaran layanan, yaitu A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry pada tahun 1988 (Parasuraman et al., 1988). Teori ini lahir dari kesadaran bahwa layanan bersifat tidak berwujud (*intangible*) sehingga sulit diukur dengan cara-cara konvensional seperti halnya produk fisik. Oleh karena itu, *SERVQUAL*

dirancang untuk menilai kualitas layanan berdasarkan kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap layanan ideal dengan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar mereka terima. Dalam pandangan para penggagasnya, pelanggan akan menilai kualitas layanan dari seberapa besar perbedaan antara harapan dan kenyataan yang mereka alami (Alegre et al., 2020). Jika persepsi pelanggan terhadap layanan sama atau lebih tinggi dari harapan mereka, maka kualitas layanan dianggap memuaskan atau bahkan unggul.

Model *SERVQUAL* mencakup lima dimensi utama yang menjadi indikator dalam mengukur kualitas layanan. Berikut beberapa dimensi yang diukur dalam *SERVQUAL Theory*:

1. ***Tangibles* (bukti fisik)**

Merujuk pada penampilan fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan, dan penampilan karyawan yang memberi kesan profesional. Dimensi ini penting karena meskipun layanan itu tidak berwujud, pelanggan tetap menilai kualitas dari hal-hal fisik yang mereka lihat dan rasakan secara langsung.

2. ***Reliability* (keandalan)**

Mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang akurat, tepat waktu, dan dapat diandalkan sebagaimana dijanjikan. Keandalan sangat penting karena menunjukkan konsistensi dan komitmen perusahaan dalam memenuhi janji layanan kepada pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa perusahaan mampu memberikan layanan secara konsisten tanpa kesalahan, maka tingkat kepercayaan dan kepuasan terhadap perusahaan akan meningkat.

3. ***Responsiveness* (ketanggapan)**

Menilai kesediaan dan kecepatan staf dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan dengan sigap. Ketanggapan ini juga mencakup bagaimana staf dapat menyelesaikan masalah atau pertanyaan pelanggan dengan segera, tanpa menunda-nunda. Kecepatan dalam merespons masalah yang dihadapi nasabah dapat sangat mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan.

4. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ini terdiri dari kemampuan staf dalam memberikan jaminan rasa aman, melalui pengetahuan, sopan santun, dan kepercayaan diri yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

5. *Empathy* (empati)

Dimensi ini mengukur sejauh mana staf layanan memberikan perhatian pribadi dan kepedulian kepada pelanggan, serta menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan mereka.

Teori *SERVQUAL* tetap sangat relevan karena kualitas layanan yang dirasakan nasabah sangat bergantung pada bagaimana proses operasional dijalankan di lapangan. Meskipun *SERVQUAL* berakar dari perspektif pemasaran jasa, implementasinya tidak dapat dilepaskan dari kinerja operasional, karena persepsi pelanggan terhadap layanan terbentuk dari pengalaman mereka terhadap proses yang berlangsung mulai dari kecepatan pelayanan, akurasi transaksi, keramahan petugas, hingga tampilan fasilitas fisik (Khan et al., 2024).

Dalam konteks perbankan, dimensi *reliability* dan *responsiveness*, misalnya, sangat terkait dengan efisiensi proses operasional internal seperti sistem antrian, penanganan transaksi, dan penyelesaian keluhan. Jika proses-proses ini tidak berjalan optimal, maka persepsi kualitas layanan akan menurun meskipun strategi pemasarannya sudah baik. Oleh karena itu, *SERVQUAL* bisa dijadikan sebagai alat evaluasi operasional berbasis pelanggan, membantu manajemen bank untuk mengidentifikasi titik lemah dalam operasional yang berdampak langsung terhadap kepuasan nasabah (Saueressig et al., 2021). Jadi, meskipun teorinya berakar dari pemasaran, penerapan *SERVQUAL* mendorong perbaikan kolaboratif antara divisi pemasaran dan operasional demi meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

SERVQUAL telah terbukti menjadi alat analisis yang efektif dalam berbagai sektor jasa seperti perbankan, rumah sakit, hotel, pendidikan, hingga transportasi (Adetayo et al., 2022). Dalam konteks penelitian ini, yaitu pelayanan *Customer Service* terhadap nasabah pada BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara, teori

SERVQUAL sangat relevan untuk digunakan. Kualitas layanan menjadi faktor krusial dalam industri perbankan, karena layanan yang prima dapat meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Dengan menggunakan kelima dimensi *SERVQUAL*, peneliti dapat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kinerja *Customer Service*, mengidentifikasi kelemahan dalam penyampaian layanan, serta menyusun strategi peningkatan kualitas yang lebih tepat sasaran (Sugiarto & Octaviana, 2021). *SERVQUAL* juga membantu menggambarkan secara jelas aspek layanan mana yang sudah sesuai harapan nasabah dan mana yang masih perlu diperbaiki, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan strategis demi optimalisasi layanan perbankan syariah.

2.1.2 Customer Service

Customer service secara umum didefinisikan sebagai segala bentuk layanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau perusahaan kepada pelanggan sebelum, selama, dan setelah proses pembelian atau penggunaan produk atau jasa. Tujuan utama dari *customer service* adalah memastikan bahwa pelanggan merasa puas, mendapatkan bantuan yang dibutuhkan, dan memiliki pengalaman yang positif terhadap layanan atau produk yang ditawarkan. Layanan ini dapat mencakup berbagai aktivitas, seperti menjawab pertanyaan, menangani keluhan, memberikan solusi atas masalah pelanggan, hingga membangun hubungan jangka panjang yang dapat meningkatkan loyalitas. Kualitas *customer service* sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap citra dan reputasi perusahaan.

Dalam konteks perbankan, *customer service* memiliki peran yang sangat strategis karena menjadi ujung tombak dalam memberikan layanan langsung kepada nasabah. Petugas *customer service* di bank tidak hanya bertugas melayani pertanyaan dan keluhan nasabah, tetapi juga membantu dalam proses administrasi seperti pembukaan rekening, pengajuan produk perbankan, serta edukasi tentang fitur-fitur layanan digital. Dalam industri perbankan yang sangat mengandalkan kepercayaan, *customer service* dituntut untuk bersikap profesional, ramah, tanggap, serta memahami produk dan kebijakan bank secara menyeluruh. Pelayanan yang

diberikan harus akurat, cepat, dan sesuai dengan prinsip kehati-hatian serta regulasi yang berlaku, agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah sekaligus menjaga reputasi institusi keuangan tersebut.

2.1.3 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam dunia perbankan yang menentukan sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah (Tumbel & Wenas, 2022). Dalam konteks ini, kualitas tidak hanya diukur dari hasil akhir layanan, tetapi juga dari keseluruhan proses interaksi, termasuk kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan dalam menerima layanan. Perbankan modern menuntut pelayanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga personal dan adaptif terhadap kebutuhan nasabah.

Layanan perbankan seperti pembukaan rekening, penarikan tunai, transaksi digital, serta konsultasi keuangan harus disampaikan secara konsisten, akurat, dan penuh tanggung jawab. Ketika layanan diberikan dengan memperhatikan profesionalisme dan empati, nasabah akan merasa dihargai dan aman dalam setiap transaksi yang dilakukan (Ronny et al., 2021). Kepercayaan ini menjadi fondasi penting untuk mendorong loyalitas nasabah terhadap layanan bank yang digunakan.

Dengan semakin berkembangnya teknologi, layanan perbankan digital seperti internet banking dan mobile banking juga menjadi tolak ukur baru dalam menilai kualitas layanan. Pelayanan yang responsif, sistem yang andal, dan tampilan antarmuka yang mudah dipahami akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah (Fitria et al., 2021). Oleh karena itu, bank harus terus meningkatkan kualitas layanannya secara menyeluruh untuk menciptakan kepuasan dan mempertahankan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

2.1.4 Internet Banking

Internet banking merupakan layanan perbankan berbasis teknologi yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi secara daring melalui perangkat yang terhubung ke internet (Arif & Masdupi, 2020). Melalui internet

banking, nasabah dapat mengakses rekening, memantau saldo dan mutasi, melakukan transfer dana, membayar tagihan, serta membeli produk perbankan lainnya tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Layanan ini menjadi solusi praktis bagi nasabah yang membutuhkan kecepatan dan efisiensi dalam bertransaksi kapan saja dan di mana saja.

Kualitas layanan internet banking sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan sistem, keamanan data, serta keandalan jaringan (Wijaya & Setiawan, 2022). Bank perlu memastikan bahwa tampilan antarmuka internet banking mudah dipahami, sistem tidak sering mengalami gangguan, dan informasi nasabah terlindungi dari risiko kejahatan siber. Dengan kualitas layanan yang baik, internet banking mampu meningkatkan kepuasan nasabah, memperkuat kepercayaan terhadap bank, serta mendorong loyalitas pengguna terhadap layanan digital yang ditawarkan.

Seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan digital, internet banking telah menjadi bagian penting dari transformasi layanan perbankan. Penggunaannya tidak hanya menunjukkan adaptasi masyarakat terhadap teknologi, tetapi juga mencerminkan keberhasilan bank dalam meningkatkan kualitas layanan (Ariani, 2022). Oleh karena itu, peningkatan dan inovasi pada internet banking perlu dilakukan secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan kebutuhan nasabah dan mampu bersaing dalam industri perbankan digital yang semakin kompetitif.

2.1.5 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan respons emosional yang timbul dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum menggunakan layanan dengan pengalaman aktual yang dirasakan setelah menerima layanan dari suatu produk atau jasa, termasuk dalam konteks layanan perbankan (Satria & Astarini, 2023). Jika layanan yang diberikan sesuai atau melebihi ekspektasi, maka nasabah cenderung merasa puas. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima berada di bawah harapan,

maka ketidakpuasan bisa terjadi dan berujung pada menurunnya kepercayaan nasabah terhadap bank.

Dalam konteks layanan digital seperti internet banking, kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang mencakup kecepatan transaksi, kemudahan akses, keamanan sistem, dan keandalan fitur. Bank yang mampu menghadirkan layanan digital yang stabil, mudah digunakan, dan memberikan nilai tambah akan lebih mampu menciptakan kepuasan nasabah yang tinggi. Kepuasan ini berperan penting dalam menjaga hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah, karena nasabah yang puas cenderung menggunakan layanan secara berkelanjutan (Ichsan & Karim, 2021).

Lebih jauh, kepuasan nasabah memiliki implikasi strategis terhadap kinerja bank secara keseluruhan. Nasabah yang puas tidak hanya berpotensi menjadi loyal, tetapi juga dapat memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, sehingga mendukung pertumbuhan basis nasabah baru. Oleh karena itu, bank perlu secara aktif mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan serta meningkatkan tingkat kepuasan nasabah, terutama dalam era digital yang menuntut kecepatan dan kenyamanan (Monica & Marlius, 2023).

2.1.6 Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merujuk pada komitmen jangka panjang dari nasabah untuk terus menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan, meskipun terdapat banyak alternatif yang tersedia di pasar (Lotko, 2022). Dalam konteks perbankan, loyalitas ditunjukkan melalui konsistensi nasabah dalam menggunakan layanan bank, seperti internet banking, serta kecenderungan untuk tidak berpindah ke bank lain. Loyalitas bukan hanya tentang kepuasan sesaat, melainkan hasil dari pengalaman positif yang terus-menerus terhadap kualitas layanan yang diberikan (Lotko, 2022).

Loyalitas nasabah juga erat kaitannya dengan persepsi mereka terhadap nilai, kepercayaan, dan kepuasan yang diperoleh dari layanan bank (Zhang et al., 2022). Nasabah yang merasa dihargai, diperlakukan secara adil, dan dilayani

dengan baik akan lebih mungkin untuk mempertahankan hubungan dengan bank. Selain itu, faktor emosional seperti rasa percaya dan keterikatan terhadap merek atau institusi juga turut membentuk loyalitas. Dalam layanan digital seperti internet banking, aspek seperti kemudahan penggunaan, keamanan data, dan kecepatan layanan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas.

Bank yang berhasil membangun loyalitas nasabah akan memperoleh keuntungan jangka panjang, termasuk pengurangan biaya akuisisi nasabah baru, peningkatan retensi nasabah, dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Nasabah yang loyal tidak hanya terus menggunakan layanan yang tersedia, tetapi juga berpotensi merekomendasikan bank kepada orang lain. Oleh karena itu, membangun loyalitas melalui peningkatan kualitas layanan, inovasi, dan pendekatan personal menjadi strategi penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis perbankan di era kompetitif saat ini (Garzaro et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengadaptasi dan memodifikasi dari berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik manajemen operasional dalam implementasi *SERVQUAL* guna meningkatkan operasional pelayanan pada nasabah. Penelitian terdahulu yang digunakan pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Penulis	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
Sigit Sugiarto & Vivi Octaviana	2021	<i>Service Quality (SERVQUAL) Dimension on Customer Satisfaction :</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

		<p><i>Empirical Evidence From Bank Study</i></p>	<p>pengguna layanan BRI dengan menggunakan teori SERVQUAL yang mencakup lima dimensi, yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, kuesioner dengan skala Likert, serta studi pustaka dengan jumlah responden sebanyak 96 orang dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kelima dimensi kualitas layanan tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun secara parsial, hanya dimensi Tangible, Reliability, dan Empathy yang berpengaruh positif dan signifikan, sementara Responsiveness dan Assurance tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas layanan</p>
--	--	--	--

			sebagai faktor kunci dalam memenuhi harapan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.
--	--	--	---

<p>Amit Shankar, Biplab Datta, Charles Jebarajakirthy & Srabanti Mukherjee</p>	<p>2020</p>	<p><i>Exploring Mobile Banking Service Quality: a Qualitative Approach</i></p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi-dimensi utama dalam kualitas layanan mobile banking (m-banking) dengan menggunakan teori SERVQUAL sebagai dasar analisis. Pengumpulan data dilakukan melalui empat metode kualitatif, yaitu focus group, wawancara mendalam, critical incident technique, dan netnografi. Analisis data dilakukan secara induktif melalui content analysis dan Pareto analysis untuk mengidentifikasi tema-tema utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa privasi dan keamanan, dukungan pelanggan, interaktivitas, efisiensi, dan konten merupakan dimensi kunci</p>
--	-------------	--	---

			<p>dalam kualitas layanan m-banking. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan instrumen pengukuran kualitas layanan m-banking serta membantu pihak bank memahami ekspektasi konsumen dan menyusun strategi pelayanan yang lebih responsif dan berkualitas.</p>
--	--	--	---

<p>Akintunde Adetayo, Dr. Abdul Rahman bin S Senathiarajah, Dr. Syriac Nellikunel Devasia, Dr. Rasheedul Haque</p>	<p>2022</p>	<p><i>Modelling Consumer Perception of Service Quality in Banks</i></p>	<p>Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang juga menggabungkan pendekatan kuantitatif (mixed methods) dengan menggunakan teori SERVQUAL untuk mengkaji persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di sektor perbankan. Melalui pendekatan triangulasi, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, terutama pada generasi muda sebagai pengguna utama perbankan di masa depan. Hasil</p>
--	-------------	---	--

			<p>penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi pelanggan dan dimensi SERVQUAL yang mencakup responsiveness, reliability, tangibility, empathy, dan assurance, yang secara langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan penyebaran word of mouth. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajer perbankan untuk menggeser fokus dari sekadar efisiensi biaya menuju peningkatan kualitas layanan sebagai strategi dalam meningkatkan keuntungan dan loyalitas pelanggan.</p>
--	--	--	---

<p>Dalia Abdel Rahman Farrag, William H. Murphy, Mohammed Hassan</p>	<p>2022</p>	<p><i>Influence of Category Attitudes on The Relationship between SERVQUAL and Satisfaction in Islamic Banks; The</i></p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memodifikasi dan memvalidasi skala SERVQUAL agar sesuai dengan konteks perbankan syariah, dengan pendekatan kualitatif melalui focus group bersama manajer bank syariah dan dilanjutkan</p>
--	-------------	---	---

		<p><i>Role of Disruptive Societal Events</i></p>	<p>dengan analisis faktor eksploratori dan konfirmatori. Hasil penelitian mengungkap dimensi baru yaitu <i>devotion to customers</i> yang belum tercakup dalam model SERVQUAL atau CARTER, serta menunjukkan bahwa dalam situasi pasca peristiwa besar yang mengganggu persepsi kategori layanan (seperti pandemi), kepuasan pelanggan terhadap merek dapat tetap rendah meskipun kualitas layanan tinggi. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi layanan yang tidak hanya fokus pada merek, tetapi juga pada pemulihan persepsi terhadap kategori layanan itu sendiri dalam konteks perbankan syariah.</p>
--	--	--	--

Aleksander Lotko	2022	<i>The influence of The Quality of Internet Banking Services on Customer Loyalty</i>	Hasil penelitian di sektor internet banking di Polandia dengan metode survei terhadap 384 nasabah menunjukkan bahwa kualitas layanan internet banking berpengaruh terhadap
------------------	------	--	--

			loyalitas nasabah. Dimensi fulfillment atau pemenuhan layanan memiliki pengaruh paling besar, diikuti oleh efisiensi, sementara privasi memiliki pengaruh paling rendah, dan ketersediaan sistem tidak berpengaruh signifikan karena dianggap sebagai kualitas dasar yang wajib ada. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas layanan, terutama dalam hal pemenuhan dan efisiensi, maka semakin tinggi loyalitas nasabah dalam menggunakan internet banking.
--	--	--	---

<p>Syed Ali Raza, Amna Umer, Muhammad Asif Qureshi, Abdul Samad Dahri</p>	<p>2020</p>	<p><i>Internet Banking Service Quality, E- Customer Satisfaction, and Loyalty: The Modified e- SERVQUAL Model</i></p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan tersebut secara langsung berdampak positif terhadap loyalitas nasabah. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif</p>
			<p>terhadap 500 nasabah bank di Pakistan serta analisis PLS-SEM, hasilnya menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital, yang pada akhirnya memengaruhi cara nasabah berinteraksi dan menggunakan layanan tersebut.</p>

Penelitian oleh Sugiarto & Octaviana (2021) berfokus pada pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan BRI dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL. Lima dimensi SERVQUAL yang diteliti meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Metode yang digunakan mencakup observasi, wawancara, kuesioner dengan skala

Likert, serta studi pustaka dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Analisis dilakukan melalui regresi linear berganda untuk mengukur kontribusi setiap dimensi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kelima dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, tetapi secara parsial hanya Tangible, Reliability, dan Empathy yang berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam konteks perbankan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis, melainkan juga oleh aspek nyata dan empati dari layanan yang diberikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Shankar et al. (2020) mengeksplorasi kualitas layanan mobile banking (m-banking) dengan pendekatan kualitatif berbasis teori SERVQUAL. Pengumpulan data dilakukan menggunakan empat metode, yaitu focus group, wawancara mendalam, critical incident technique, dan netnografi. Analisis data bersifat induktif menggunakan content analysis dan Pareto analysis untuk mengidentifikasi tema utama dalam kualitas layanan m-banking. Hasil penelitian menemukan bahwa privasi dan keamanan, dukungan pelanggan, interaktivitas, efisiensi, dan kualitas konten merupakan dimensi kunci yang membentuk persepsi konsumen terhadap m-banking. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan instrumen evaluasi kualitas layanan serta membantu pihak perbankan dalam merancang strategi layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna.

Studi oleh Adetayo et al. (2022) menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan basis teori SERVQUAL untuk menganalisis persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan bank. Melalui pendekatan triangulasi, penelitian ini secara khusus menyoroti generasi muda sebagai kelompok pengguna utama perbankan di masa depan. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi pelanggan dan dimensi SERVQUAL responsiveness, reliability, tangibility, empathy, dan assurance yang secara signifikan memengaruhi kepuasan serta penyebaran word of mouth. Implikasi praktis penelitian ini menekankan perlunya bank berfokus pada peningkatan kualitas layanan, tidak hanya pada

efisiensi biaya, sebagai strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperkuat daya saing.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Farrag et al. (2022), fokus diarahkan pada adaptasi dan validasi SERVQUAL dalam konteks perbankan syariah. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui focus group bersama manajer bank syariah, kemudian dilanjutkan dengan analisis faktor eksploratori dan konfirmatori. Hasil penelitian menemukan dimensi baru, yaitu *devotion to customers*, yang tidak terdapat pada model SERVQUAL maupun CARTER. Selain itu, penelitian ini mengungkap bahwa dalam situasi pasca peristiwa besar yang mengganggu persepsi kategori layanan, seperti pandemi, kepuasan pelanggan terhadap merek dapat tetap rendah meskipun kualitas layanan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perbankan syariah, strategi layanan tidak hanya berfokus pada kualitas merek, melainkan juga pada pemulihan persepsi terhadap kategori layanan itu sendiri.

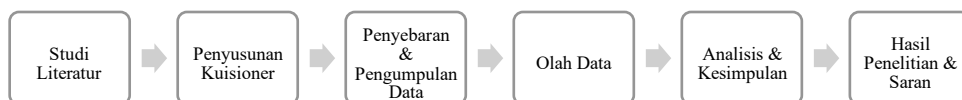
Penelitian oleh Lotko (2022) menelaah pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap loyalitas nasabah di Polandia melalui survei terhadap 384 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *fulfillment* atau pemenuhan layanan memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas nasabah, diikuti oleh efisiensi. Sebaliknya, privasi memberikan pengaruh paling rendah, sementara ketersediaan sistem tidak memiliki pengaruh signifikan karena dianggap sebagai prasyarat dasar yang wajib ada. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan, terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan nasabah dan efisiensi, menjadi faktor kunci untuk meningkatkan loyalitas dalam penggunaan internet banking.

Sementara itu, penelitian oleh Syed et al. (2020) menyoroti hubungan antara kualitas layanan internet banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas dengan menggunakan model e-SERVQUAL yang dimodifikasi. Penelitian kuantitatif ini dilakukan terhadap 500 responden di Pakistan dengan menggunakan analisis PLSSEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan internet banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain itu, kepuasan terbukti memiliki dampak langsung terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kualitas layanan digital merupakan faktor penting dalam membentuk persepsi nasabah, meningkatkan kepuasan, serta mendorong loyalitas terhadap layanan perbankan digital.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka kerja disusun sebagai panduan dalam pelaksanaan penelitian. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam merancang langkah-langkah penelitiannya. Dengan adanya kerangka ini, proses menemukan solusi dari masalah yang diangkat bisa dilakukan secara sistematis dan terarah. Selain itu, keberadaan kerangka kerja juga membantu memperjelas fokus dan tujuan penelitian. Alur penyelesaian permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat dilihat melalui ilustrasi kerangka kerja berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory research, yang bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (kualitas layanan internet banking) memengaruhi variabel dependen (kepuasan dan loyalitas nasabah) melalui analisis statistik. Menurut Ghozali (2018), *explanatory research* digunakan ketika penelitian bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel dengan pengujian hipotesis menggunakan data kuantitatif. Pendekatan ini juga sejalan dengan pendapat Creswell (2014) yang menyatakan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji teori-teori dengan cara menguji hubungan antar variabel melalui pengumpulan data numerik yang dianalisis menggunakan prosedur statistik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana kualitas layanan internet banking memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah di lingkungan BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara secara empiris.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh subjek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek sasaran dari suatu penelitian (Creswell, 2014). Populasi mencakup kumpulan elemen yang relevan dengan permasalahan yang ingin dikaji dan dari mana sampel penelitian akan diambil. Tujuan dari penentuan populasi adalah agar peneliti dapat memperoleh data yang representatif untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian secara valid dan reliabel.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Warga Negara Indonesia yang merupakan nasabah dan pengguna internet banking BSI.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dipilih secara khusus untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian (Creswell, 2014). Sampel digunakan karena tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi, baik karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya. Pemilihan sampel yang tepat memungkinkan peneliti memperoleh data yang valid dan dapat digeneralisasikan kepada populasi secara lebih luas (Ghozali, 2018). Proses penentuan sampel biasanya mengikuti kriteria atau teknik tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan berjumlah 50 responden yang merupakan nasabah dari BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara. Seluruh responden dalam sampel ini adalah pengguna layanan internet banking BSI. Pemilihan sampel ini dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan internet banking dan berada dalam cakupan pelayanan cabang yang menjadi fokus penelitian. Karakteristik responden tersebut dipilih karena mereka memiliki pengalaman aktual dalam menggunakan fitur internet banking BSI, sehingga dapat memberikan penilaian yang relevan terhadap kualitas layanan yang diberikan serta dampaknya terhadap kepuasan dan loyalitas mereka sebagai nasabah.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang relevan untuk penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang dianggap mampu mewakili karakteristik populasi yang sesuai dengan tujuan penelitian (Robinson, 2024). *Dalam purposive sampling*, peneliti memilih responden yang memenuhi syarat-syarat khusus, sehingga data yang diperoleh dapat lebih fokus dan relevan terhadap variabel yang diteliti. Teknik

ini sering digunakan dalam penelitian yang ingin mengeksplorasi perilaku atau sikap tertentu dari kelompok yang memiliki karakteristik spesifik

Pada Penelitian ini melibatkan sebanyak 50 nasabah Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang telah menggunakan layanan internet banking minimal satu tahun terakhir. Responden tersebut kemudian mengisi kuesioner terkait penilaiannya terhadap lima dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) pada internet banking dari BSI.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner. Kuesioner berfungsi sebagai metode utama dalam proses pengumpulan data, di mana responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan tertulis (Ghozali, 2018). Untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian, digunakan skala Likert, yaitu alat pengukuran yang bertujuan menilai sikap, opini, dan persepsi baik individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Situmorang & Lutfi, 2012). Dalam pelaksanaannya, responden diminta untuk memilih satu dari lima pilihan jawaban yang tersedia, yang dirancang secara sistematis untuk menggambarkan tingkat persetujuan terhadap setiap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3. 1 Skala Likert Penelitian

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3

4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.1 Kualitas Layanan Internet Banking

Kualitas layanan internet banking adalah sejauh mana layanan perbankan digital mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah melalui kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan data, keandalan sistem, serta responsivitas dalam menangani keluhan atau kendala yang dialami pengguna (Ismulyaty & Roni, 2022). Berikut item pengukuran kualitas layanan internet banking yang digunakan pada penelitian ini:

Tabel 3. 2 Item Pengukuran Variabel Kualitas Layanan Internet Banking

Kode	Item	Sumber
Tangible (Bukti Fisik)		
TAN1	Tampilan antarmuka layanan internet banking BSI menarik dan mudah dipahami.	Syed et al. (2020)
TAN2	Akses layanan internet banking BSI mudah dilakukan melalui perangkat pribadi seperti smartphone atau laptop.	
TAN3	Tampilan desain aplikasi internet banking BSI konsisten dan profesional sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna.	
Reliability (Keandalan)		
REL1	Layanan internet banking BSI selalu memberikan informasi saldo dan transaksi secara akurat.	

REL2	Transaksi melalui internet banking BSI diproses sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	Adetayo et al. (2022)
REL3	Riwayat transaksi pada layanan internet banking BSI dapat diakses dengan lengkap dan tanpa kesalahan.	
Responsiveness (Daya Tanggap)		
RES1	Layanan bantuan (helpdesk atau call center) untuk internet banking BSI cepat merespons pertanyaan atau keluhan saya.	Adetayo et al. (2022)
RES2	Sistem internet banking BSI segera memberikan notifikasi ketika terjadi transaksi atau aktivitas di akun saya.	
RES3	Sistem internet banking BSI secara cepat memperbarui status transaksi sehingga saya tidak perlu menunggu lama.	
Assurance (Jaminan)		
ASS1	Saya merasa aman menggunakan layanan internet banking BSI karena terjamin kerahasiaan data pribadi saya.	Shankar et al. (2020)
ASS2	Layanan internet banking BSI memberikan bukti transaksi secara otomatis setelah saya melakukan transaksi.	
ASS3	Saya yakin menggunakan layanan internet banking BSI karena adanya fitur keamanan tambahan seperti verifikasi OTP	
Empathy (Empati)		

EMP1	Layanan bantuan internet banking BSI memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.	Lotko (2022)
EMP2	Saya merasa diperhatikan sebagai pengguna karena BSI menyediakan layanan internet banking yang mudah dan nyaman digunakan.	
EMP3	Pihak BSI memberikan panduan atau tutorial penggunaan internet banking yang membantu nasabah memahami layanan dengan mudah	

3.7 Metode Analisis

3.7.1 Analisis Deskriptif Penelitian

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data secara ringkas, sistematis, dan mudah dipahami. Analisis deskriptif ini diterapkan untuk mengetahui gambaran umum karakteristik responden berdasarkan data demografi. Adapun aspek demografi yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, domisili, lama menjadi nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara, lama menggunakan layanan internet banking BSI, pekerjaan, dan penghasilan per bulan. Teknik analisis dilakukan dengan menghitung total nilai dari masing-masing jawaban responden, kemudian membaginya dengan jumlah responden keseluruhan untuk memperoleh persentase dari tiap kategori. Hasil persentase inilah yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun interpretasi dan pelaporan dalam kegiatan penelitian ini.

3.7.2 Analisis Statistik Penelitian

Dalam penelitian ini, analisis statistik dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS dengan metode regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan internet banking BSI terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah secara simultan. Regresi linier berganda dipilih karena melibatkan lebih dari satu variabel independen yang dianalisis terhadap satu

variabel dependen, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai hubungan antar variabel.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari beberapa dimensi kualitas layanan internet banking BSI, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dalam menggunakan layanan internet banking BSI pada nasabah KCP Kusumanegara Yogyakarta. Analisis dilakukan berdasarkan data dari 50 responden. Dengan demikian, analisis ini bertujuan untuk mengetahui dimensi kualitas layanan mana yang paling berpengaruh, serta faktor-faktor apa saja yang perlu dievaluasi dan ditingkatkan oleh BSI dalam pengembangan layanan internet banking ke depannya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan pembahasan yang berfokus pada penilaian kualitas layanan internet banking BSI serta pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan tersebut, khususnya nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai persepsi nasabah terhadap mutu layanan internet banking yang mereka gunakan, serta mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang masih perlu dievaluasi dan ditingkatkan guna memperkuat kepuasan dan loyalitas pengguna. Hasil evaluasi ini diharapkan dapat memberikan masukan yang relevan bagi pihak BSI dalam merumuskan strategi pengembangan layanan internet banking yang lebih baik ke depannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan nasabah aktif dan telah menggunakan layanan internet banking BSI. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive*, dengan kriteria bahwa mereka telah memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan internet banking, sehingga penilaian yang diberikan bersifat objektif dan sesuai dengan konteks penggunaan layanan. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan statistik inferensial menggunakan SPSS, guna mengukur kelima dimensi kualitas layanan (SERVQUAL) BSI pada nasabah Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap utama. Tahap pertama adalah analisis data demografis untuk mengetahui karakteristik responden, yang meliputi jenis kelamin, usia, domisili, lama menjadi nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara, lama menggunakan layanan internet banking BSI, jenis pekerjaan, dan penghasilan bulanan. Informasi ini penting untuk memahami konteks sosial dan latar belakang pengalaman masing-masing nasabah dalam menggunakan layanan.

Tahap kedua adalah analisis terhadap penilaian responden mengenai kualitas layanan internet banking BSI, yang telah dirancang berdasarkan lima dimensi

SERVQUAL (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) yang kemudian digabungkan menjadi satu variabel kualitas layanan. Nilai rata-rata dari tiap tanggapan responden dihitung untuk menggambarkan tingkat persepsi terhadap kualitas layanan. Selanjutnya, dari hasil ini kemudian ditarik hasil dan pembahasan mengenai dimensi mana saja yang harus dievaluasi Kembali oleh BSI.

4.1 Analisis Deskriptif Penelitian

4.1.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden

Analisis karakteristik demografis bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden dalam penelitian ini, yang terdiri dari nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang menggunakan layanan internet banking. Data yang dianalisis mencakup beberapa aspek penting, seperti jenis kelamin, rentang usia, domisili, lama menjadi nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara, lama menggunakan layanan internet banking BSI, jenis pekerjaan, serta penghasilan bulanan. Informasi demografis ini berguna untuk memahami latar belakang responden serta konteks penggunaan layanan internet banking secara lebih menyeluruh, dan akan dijelaskan secara rinci pada bagian berikutnya.

4.1.1.1 Hasil Deskriptif Jenis Kelamin Responden

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori jenis kelamin, yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 1 Sebaran Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	19 Responden	38%
Perempuan	31 Responden	62%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini merupakan nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang menggunakan layanan internet banking. Dari total 50 responden, mayoritas berjenis kelamin

perempuan sebanyak 31 responden (62%), sedangkan laki-laki berjumlah 19 responden (38%). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan internet banking di BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara, keterlibatan nasabah perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki.

4.1.1.2 Hasil Deskriptif Usia Responden

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori usia, yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
<20 Tahun	7 Responden	14%
20-25 Tahun	27 Responden	54%
26-30 Tahun	10 Responden	20%
31-35 Tahun	6 Responden	12%
36-40 Tahun	0 Responden	0%
>40 Tahun	0 Responden	0%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa seluruh responden dalam penelitian ini merupakan nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang menggunakan layanan internet banking. Mayoritas responden berada dalam rentang usia 20–25 tahun sebanyak 27 responden (54%), diikuti oleh kelompok usia 26–30 tahun sebanyak 10 responden (20%), dan usia di bawah 20 tahun sebanyak 7 responden (14%). Responden berusia 31–35 tahun berjumlah 6 orang (12%), sementara tidak terdapat responden dari kelompok usia di atas 35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan internet banking BSI di wilayah tersebut didominasi oleh generasi muda.

4.1.1.3 Hasil Deskriptif Domisili Responden

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori domisili responden yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 3 Sebaran Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Persentase
Kota Yogyakarta	36 Responden	72%
Kabupaten Sleman	2 Responden	4%
Kabupaten Bantul	12 Responden	24%
Kabupaten Kulonprogo	0 Responden	0%
Kabupaten Gunung Kidul	0 Responden	0%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.3, seluruh responden merupakan nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang berasal dari berbagai wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Mayoritas responden berdomisili di Kota Yogyakarta sebanyak 36 responden (72%), disusul oleh Kabupaten Bantul sebanyak 12 responden (24%), dan Kabupaten Sleman sebanyak 2 responden (4%). Tidak terdapat responden yang berdomisili di Kabupaten Kulon Progo maupun Kabupaten Gunungkidul.

Implikasi dari sebaran domisili ini menunjukkan bahwa BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara lebih banyak menjangkau nasabah yang berada di pusat kota dan wilayah yang relatif dekat secara geografis. Konsentrasi responden yang tinggi di Kota Yogyakarta mencerminkan bahwa lokasi kantor cabang tersebut strategis dan lebih mudah diakses oleh masyarakat perkotaan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan penting dalam merancang strategi pemasaran, pelayanan, dan

pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat kota, sekaligus membuka peluang untuk memperluas jangkauan layanan ke kabupaten lain di DIY.

4.1.1.4 Hasil Deskriptif Lama Menjadi Nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori lama menjadi nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 4 Sebaran Lama Menjadi Nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	0 Responden	0%
1-2 Tahun	41 Responden	82%
3-4 Tahun	9 Responden	18%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pada Tabel 4.4 terlihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara yang telah menjadi pengguna layanan selama 1–2 tahun, yaitu sebanyak 41 responden (82%). Sementara itu, sebanyak 9 responden (18%) telah menjadi nasabah selama 3–4 tahun, dan tidak ada responden yang baru menjadi nasabah kurang dari 1 tahun. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan BSI, khususnya internet banking, sehingga mereka memiliki pengetahuan dan persepsi yang relevan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

Implikasinya, data ini memberikan kredibilitas pada hasil penelitian karena mayoritas responden adalah pengguna jangka menengah hingga panjang yang telah mengalami berbagai bentuk pelayanan dari BSI. Hal ini memperkuat validitas tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan terkait kualitas layanan dan loyalitas penggunaan internet banking. Dengan demikian, masukan dari responden ini dapat menjadi bahan evaluasi yang bermanfaat bagi pihak BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanannya.

4.1.1.5 Hasil Deskriptif Lama Menggunakan Layanan Internet Banking BSI

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori lama menggunakan layanan internet banking BSI, yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 5 Sebaran Lama Menggunakan Layanan Internet Banking BSI

Lama Menggunakan Internet Banking	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	0 Responden	0%
1-2 Tahun	47 Responden	94%
3-4 Tahun	3 Responden	6%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden yang menjadi nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara telah menggunakan layanan Internet Banking selama 1–2 tahun, yaitu sebanyak 47 responden atau 94% dari total responden. Hanya sebagian kecil, yaitu 3 responden (6%), yang telah menggunakan layanan ini selama 3–4 tahun, dan tidak ada satupun responden yang baru menggunakan layanan ini kurang dari satu tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa para responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan digital BSI, khususnya Internet Banking.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa sebagian besar nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara telah terbiasa dengan penggunaan teknologi perbankan digital dan memiliki cukup waktu untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan. Hal ini sangat relevan bagi penelitian yang mengkaji kualitas layanan internet banking, karena responden yang telah menggunakan layanan selama lebih dari satu tahun dianggap telah memiliki persepsi yang lebih matang dan objektif dalam menilai kinerja layanan BSI secara online.

4.1.1.6 Hasil Deskriptif Pekerjaan Responden

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori pekerjaan responden, yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 6 Sebaran Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	15 Responden	30%
Karyawan BUMN	6 Responden	12%
PNS	9 Responden	18%
Karyawan Swasts	2 Responden	4%
Wirausaha	11 Responden	22%
Lainnya	7 Responden	14%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa atau pelajar sebanyak 15 responden (30%), diikuti oleh wirausaha sebanyak 11 responden (22%) dan pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 9 responden (18%). Responden lainnya terdiri dari karyawan BUMN sebanyak 6 responden (12%), kategori lainnya sebanyak 7 responden (14%), dan karyawan swasta sebanyak 2 responden (4%). Komposisi ini menunjukkan adanya keberagaman pekerjaan dari para nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara,

namun dengan dominasi dari kalangan pelajar/mahasiswa dan pelaku usaha mandiri.

Implikasi dari data ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara harus mampu menjawab kebutuhan berbagai segmen, khususnya mahasiswa dan pelaku usaha. Mahasiswa umumnya membutuhkan layanan yang praktis dan digital-friendly, seperti mobile banking dan akses perbankan online. Sementara itu, pelaku usaha mungkin lebih fokus pada kemudahan transaksi bisnis dan dukungan layanan pembiayaan. Keberagaman latar belakang pekerjaan ini mengharuskan BSI untuk menyediakan layanan yang inklusif dan fleksibel sesuai dengan karakteristik nasabahnya.

4.1.1.7 Hasil Deskriptif Penghasilan Per Bulan Responden

Setelah proses penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan, terkumpul data yang menunjukkan profil responden berdasarkan kategori penghasilan per bulan responden, yang disajikan dalam uraian berikut ini:

Tabel 4. 7 Sebaran Penghasilan Per Bulan Responden

Penghasilan Per Bulan	Jumlah	Persentase
<Rp 1.500.000	2 Responden	4%
Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000	13 Responden	26%
Rp 3.001.000 – Rp 4.500.000	10 Responden	20%
Rp 4.501.000 – Rp 6.000.000	5 Responden	10%
>Rp 6.000.000	10 Responden	20%
Total	50 Responden	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Sebagian besar responden memiliki penghasilan bulanan di kisaran Rp

1.500.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 13 responden (26%). Disusul oleh responden dengan penghasilan antara Rp 3.001.000 – Rp 4.500.000 dan lebih dari Rp 6.000.000, masing-masing sebanyak 10 responden (20%). Sementara itu, responden dengan penghasilan Rp 4.500.000 – Rp 6.000.000 berjumlah 5 responden (10%) dan yang berpenghasilan di bawah Rp 1.500.000 hanya 2 responden (4%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah berada pada kategori penghasilan menengah ke bawah, meskipun terdapat pula proporsi signifikan dari kelompok berpenghasilan tinggi.

4.1.2 Analisis Deskriptif Item Variabel Penelitian

Sebelum melakukan analisis terhadap hasil evaluasi, terlebih dahulu ditentukan standar acuan yang mencerminkan kondisi riil di lapangan. Standar ini dibagi ke dalam lima kategori, yaitu sangat buruk, buruk, cukup baik, baik, dan sangat baik. Berikut adalah langkah-langkah dalam menghitung panjang interval dari masing-masing kelas nilai.

Tabel 4. 8 Interval Skor

No.	Interval	Kategori
1.	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
2.	1,81 - 2,60	Tidak Baik
3.	2,61 - 3,40	Cukup Baik
4.	3,41 - 4,20	Baik
5.	4,21 - 5,0	Sangat Baik

Analisis penilaian menggunakan metode Servqual dalam penelitian ini mencakup tanggapan responden mengenai kualitas layanan internet banking BSI

yang mereka gunakan sebagai nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara. Data yang dikumpulkan mengacu pada lima dimensi utama dalam konstruk Servqual, yaitu keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*), dan bukti fisik (*Tangibles*). Masing-masing dimensi merepresentasikan persepsi responden terhadap layanan yang mereka terima dalam penggunaan internet banking.

Nilai rata-rata dari hasil tanggapan responden pada setiap indikator akan dibandingkan dengan standar penilaian yang telah ditentukan sebelumnya untuk menilai sejauh mana kualitas layanan yang dirasakan memenuhi harapan nasabah. Perbandingan ini menjadi dasar dalam mengevaluasi hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah. Berikut ini disajikan tabel hasil perhitungan rata-rata nilai dari kuesioner dan standar nilai yang digunakan dalam analisis penelitian ini

4.1.2.1 Hasil Deskriptif Item Variabel Kualitas Layanan Internet Banking

Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Kualitas Layanan Internet Banking

Kode	Item	Mean	Kategori
TAN1	Tampilan antarmuka layanan internet banking BSI menarik dan mudah dipahami.	4.18	Baik
TAN2	Akses layanan internet banking BSI mudah dilakukan melalui perangkat pribadi seperti smartphone atau laptop.	4.24	Sangat Baik
TAN3	Tampilan desain aplikasi internet banking BSI konsisten dan profesional sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna.	4.18	Baik
REL1	Layanan internet banking BSI selalu memberikan informasi saldo dan transaksi secara akurat.	4.42	Sangat Baik
REL2	Transaksi melalui internet banking BSI diproses sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	4.40	Sangat Baik

REL3	Riwayat transaksi pada layanan internet banking BSI dapat diakses dengan lengkap dan tanpa kesalahan.	4.46	Sangat Baik
RES1	Layanan bantuan (helpdesk atau call center) untuk internet banking BSI cepat merespons pertanyaan atau keluhan saya.	4.24	Sangat Baik
RES2	Sistem internet banking BSI segera memberikan notifikasi ketika terjadi transaksi atau aktivitas di akun saya.	4.36	Sangat Baik
RES3	Sistem internet banking BSI secara cepat memperbarui status transaksi sehingga saya tidak perlu menunggu lama.	4.26	Sangat Baik
ASS1	Saya merasa aman menggunakan layanan internet banking BSI karena terjamin kerahasiaan data pribadi saya.	4.28	Sangat Baik
ASS2	Layanan internet banking BSI memberikan bukti transaksi secara otomatis setelah saya melakukan transaksi.	4.30	Sangat Baik
ASS3	Saya yakin menggunakan layanan internet banking BSI karena adanya fitur keamanan tambahan seperti verifikasi OTP	4.24	Sangat Baik
EMP1	Layanan bantuan internet banking BSI memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.	4.40	Sangat Baik
EMP2	Saya merasa diperhatikan sebagai pengguna karena BSI menyediakan layanan internet banking yang mudah dan nyaman digunakan.	4.22	Sangat Baik

EMP3	Pihak BSI memberikan panduan atau tutorial penggunaan internet banking yang membantu nasabah memahami layanan dengan mudah	4.32	Sangat Baik
-------------	--	------	-------------

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi *Tangible* (bukti fisik), indikator TAN1 dan TAN3 memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,18 yang termasuk kategori *Baik*, sementara TAN2 memperoleh nilai rata-rata 4,24 dengan kategori *Sangat Baik*. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan antarmuka dan desain aplikasi internet banking BSI dinilai sudah menarik, mudah dipahami, serta konsisten dan profesional dalam memberikan pengalaman visual kepada pengguna. Meskipun demikian, masih terdapat ruang untuk peningkatan agar seluruh aspek tampilan dapat mencapai kategori *Sangat Baik*, misalnya dengan penyempurnaan elemen desain dan peningkatan user experience. Aksesibilitas melalui perangkat pribadi dinilai sangat baik, yang berarti pengguna merasakan kemudahan dalam mengakses layanan internet banking kapan saja dan di mana saja.

Pada dimensi *Reliability* (keandalan), seluruh indikator menunjukkan hasil pada kategori *Sangat Baik*. Indikator REL1 mencatat nilai mean 4,42, REL2 sebesar 4,40, dan REL3 sebesar 4,46. Hasil ini mengindikasikan bahwa layanan internet banking BSI terbukti mampu memberikan informasi saldo dan transaksi dengan akurat, memproses transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan, serta menyajikan riwayat transaksi secara lengkap tanpa kesalahan. Pencapaian kategori sangat baik pada seluruh indikator keandalan memperlihatkan konsistensi kinerja sistem internet banking BSI dalam menjamin ketepatan dan keakuratan layanan, yang menjadi aspek krusial dalam menjaga kepercayaan nasabah.

Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) juga menunjukkan hasil yang memuaskan dengan semua indikator berada pada kategori *Sangat Baik*. Indikator RES1 memperoleh mean 4,24, RES2 sebesar 4,36, dan RES3 sebesar 4,26. Temuan ini menegaskan bahwa BSI telah memberikan layanan bantuan yang responsif, baik melalui helpdesk maupun call center, serta sistem yang mampu memberikan

notifikasi dan pembaruan status transaksi secara cepat. Responsivitas yang tinggi ini menambah kenyamanan nasabah, mengingat kecepatan tanggapan dalam penyelesaian masalah dan pemberian informasi merupakan faktor penting dalam layanan perbankan digital.

Pada dimensi *Assurance* (jaminan), ketiga indikator berada pada kategori *Sangat Baik*. Indikator ASS1 memperoleh mean 4,28, ASS2 sebesar 4,30, dan ASS3 sebesar 4,24. Hasil ini menunjukkan bahwa pengguna merasa aman dalam menggunakan internet banking BSI karena adanya perlindungan terhadap kerahasiaan data pribadi, tersedianya bukti transaksi otomatis, serta penerapan fitur keamanan tambahan seperti verifikasi OTP. Jaminan keamanan yang memadai memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa BSI tidak hanya berfokus pada kecepatan dan kenyamanan, tetapi juga menempatkan aspek perlindungan data dan keamanan transaksi sebagai prioritas utama.

Dimensi terakhir yaitu *Empathy* (empati) juga memperoleh penilaian pada kategori *Sangat Baik* di seluruh indikator. EMP1 memiliki nilai mean 4,40, EMP2 sebesar 4,22, dan EMP3 sebesar 4,32. Hal ini mencerminkan bahwa BSI dinilai mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, menciptakan rasa diperhatikan melalui layanan yang mudah dan nyaman, serta menyediakan panduan atau tutorial yang membantu pengguna memahami layanan internet banking. Capaian ini memperlihatkan bahwa BSI tidak hanya mengutamakan aspek teknis, tetapi juga aspek emosional dan kebutuhan personal nasabah, sehingga mampu meningkatkan kedekatan dan loyalitas pengguna terhadap layanan internet banking.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Kualitas Layanan Internet Banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta Berdasarkan lima dimensi pada SERVQUAL

Dimensi tangible menekankan pada aspek bukti fisik yang dapat dirasakan oleh pengguna, seperti tampilan antarmuka aplikasi dan kemudahan akses layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator TAN1 dan TAN3 memperoleh nilai

rata-rata 4,18 (kategori *Baik*), sedangkan TAN2 berada pada kategori *Sangat Baik* dengan mean 4,24. Hal ini menegaskan bahwa meskipun aplikasi internet banking BSI sudah memiliki tampilan menarik dan profesional, aspek visual serta kemudahan navigasi masih belum sepenuhnya optimal. Oleh karena itu, penyempurnaan desain antarmuka dengan prinsip *user experience design* seperti navigasi intuitif, personalisasi fitur, dan peningkatan estetika menjadi penting agar tangible dapat meningkat ke kategori *Sangat Baik*. Menurut Parasuraman et al. (1988), bukti fisik merupakan elemen awal yang membentuk kesan kualitas layanan, sehingga perbaikan pada dimensi ini dapat memperkuat citra layanan digital bank.

Dimensi *reliability*, yang berkaitan dengan konsistensi dan keandalan layanan, memperoleh capaian yang sangat baik. Seluruh indikator menunjukkan kategori *Sangat Baik*, dengan nilai mean REL1 sebesar 4,42, REL2 sebesar 4,40, dan REL3 sebesar 4,46. Hasil ini mencerminkan bahwa sistem internet banking BSI telah memberikan performa yang akurat, memproses transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan menampilkan riwayat transaksi dengan benar tanpa kesalahan. Keandalan ini menjadi fondasi kepercayaan nasabah terhadap layanan digital bank. Dalam konteks perbankan digital, reliabilitas tidak hanya menunjukkan kinerja teknis, tetapi juga komitmen bank dalam menjaga integritas data dan kepastian layanan. Sejalan dengan temuan Raza et al. (2020), keandalan layanan perbankan digital terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa tiga dimensi lain, yaitu *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, memperoleh kategori *Sangat Baik* secara konsisten. Pada dimensi *responsiveness*, nilai mean berada pada kisaran 4,24–4,36, yang menunjukkan kemampuan bank dalam memberikan bantuan cepat dan notifikasi tepat waktu. Dimensi *assurance* juga sangat baik, dengan nilai mean antara 4,24–4,30, menandakan tingkat keamanan tinggi melalui perlindungan data, OTP, dan bukti transaksi. Sementara itu, dimensi *empathy* mencatat mean 4,22–4,40, menandakan kepedulian bank terhadap kebutuhan individual nasabah melalui

panduan layanan yang jelas dan humanis. Capaian tersebut menunjukkan bahwa BSI telah berhasil menjaga kecepatan respons, jaminan keamanan, dan empati nasabah secara seimbang. Hal ini sejalan dengan Zeithaml et al. (1990), yang menyatakan bahwa daya tanggap, jaminan, dan empati merupakan pilar penting dalam menciptakan kepuasan serta kepercayaan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi SERVQUAL pada layanan internet banking BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta menunjukkan kualitas yang berada pada kategori *Baik hingga Sangat Baik*. Dimensi *tangible* masih menjadi aspek yang perlu ditingkatkan, sementara *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sudah sangat optimal. Hal ini membuktikan bahwa kekuatan utama layanan internet banking BSI terletak pada keandalan sistem, kecepatan layanan, keamanan transaksi, serta kepedulian terhadap nasabah. Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa peningkatan kualitas fisik aplikasi, terutama antarmuka pengguna, perlu dilakukan agar kualitas layanan semakin komprehensif. Secara akademis, hasil penelitian ini juga menegaskan relevansi model SERVQUAL dalam mengukur kualitas layanan digital, sekaligus menunjukkan bahwa dimensi non-fisik lebih dominan dibanding *tangible* dalam membentuk persepsi nasabah. Sebagaimana dinyatakan oleh Mir et al. (2023), faktor keandalan, keamanan, dan empati lebih berperan dalam meningkatkan kepuasan pada layanan digital dibanding sekadar bukti fisik.

4.2.2 Evaluasi Kualitas Layanan Internet Banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta Berdasarkan lima dimensi pada SERVQUAL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *tangible* atau bukti fisik menjadi aspek yang masih perlu ditingkatkan dalam layanan internet banking BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta. Dua indikator, yaitu TAN1 dan TAN3, hanya memperoleh kategori *Baik* dengan nilai mean 4,18, sedangkan TAN2 berada pada kategori *Sangat Baik* dengan mean 4,24. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tampilan aplikasi internet banking BSI sudah cukup menarik, mudah dipahami, serta profesional, pengguna masih menganggap aspek visual dan

antarmuka aplikasi belum sepenuhnya optimal. Menurut Parasuraman et al. (1988), dimensi *tangible* berperan penting dalam membentuk kesan pertama dan persepsi kualitas layanan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan temuan Ismulyaty dan Roni (2022) yang menegaskan bahwa tampilan antarmuka digital yang konsisten dan user-friendly dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, BSI perlu meningkatkan kualitas *tangible* melalui perbaikan desain antarmuka, penguatan konsistensi fitur, dan peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) agar seluruh indikator dapat mencapai kategori *Sangat Baik*.

Sebaliknya, dimensi *reliability* atau keandalan menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Seluruh indikator *reliability* memperoleh kategori *Sangat Baik*, dengan nilai mean REL1 sebesar 4,42, REL2 sebesar 4,40, dan REL3 sebesar 4,46. Hal ini menandakan bahwa layanan internet banking BSI dinilai konsisten dalam memberikan informasi saldo dan transaksi secara akurat, memproses transaksi sesuai dengan waktu yang dijanjikan, serta menyajikan riwayat transaksi tanpa kesalahan. Menurut Mir et al. (2023), keandalan sistem menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan layanan digital perbankan, karena menyangkut kepercayaan nasabah terhadap akurasi data dan konsistensi layanan. Raza et al. (2020) juga menyatakan bahwa layanan perbankan yang andal mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam jangka panjang. Dengan demikian, pencapaian BSI pada dimensi ini memperlihatkan keunggulan yang perlu dipertahankan sebagai fondasi kepercayaan nasabah terhadap layanan internet banking.

Dimensi *responsiveness* atau daya tanggap juga menunjukkan kinerja yang sangat baik. Indikator RES1 memperoleh mean 4,24, RES2 sebesar 4,36, dan RES3 sebesar 4,26, yang semuanya termasuk kategori *Sangat Baik*. Responsivitas yang tinggi tercermin dari kecepatan layanan bantuan melalui *call center* atau *helpdesk*, serta kemampuan sistem memberikan notifikasi dan pembaruan transaksi secara cepat. Menurut Zeithaml et al. (1990), daya tanggap merupakan faktor penting dalam menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan karena menunjukkan kesiapan organisasi dalam membantu konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian

Raza et al. (2020) yang menemukan bahwa responsivitas layanan digital sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan pengguna. Dengan demikian, meskipun dimensi ini tidak memerlukan peningkatan mendesak, BSI perlu mempertahankan dan mengembangkan responsivitas layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna yang semakin dinamis.

Dimensi *assurance*, yang berhubungan dengan jaminan keamanan dan kepercayaan, juga memperlihatkan hasil yang sangat baik. Nilai mean pada indikator ASS1 adalah 4,28, ASS2 sebesar 4,30, dan ASS3 sebesar 4,24, dengan kategori *Sangat Baik*. Hal ini menegaskan bahwa nasabah merasa aman menggunakan internet banking BSI karena adanya perlindungan data pribadi, bukti transaksi otomatis, serta verifikasi tambahan seperti OTP. Menurut Parasuraman et al. (1988), *assurance* adalah dimensi yang berhubungan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan atau sistem untuk menanamkan rasa percaya kepada pelanggan. Raza et al. (2020) juga menekankan bahwa keamanan dalam transaksi digital menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan internet banking. Oleh karena itu, meskipun sudah berada pada level *Sangat Baik*, BSI perlu terus memperkuat aspek keamanan dengan memperbarui sistem perlindungan data agar tetap relevan menghadapi risiko kejahatan siber yang semakin kompleks.

Dimensi *empathy* memperoleh hasil yang konsisten pada kategori *Sangat Baik*, dengan EMP1 bernilai mean 4,40, EMP2 sebesar 4,22, dan EMP3 sebesar 4,32. Hal ini menunjukkan bahwa BSI mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, menciptakan rasa diperhatikan, serta menyediakan panduan penggunaan internet banking. Menurut Zeithaml et al. (1990), empati mencerminkan perhatian personal dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik konsumen yang dapat meningkatkan kepuasan emosional. Mir et al. (2023) juga menyatakan bahwa empati dalam layanan digital dapat memperkuat ikatan emosional antara bank dan nasabah, sehingga mendorong loyalitas pengguna. Oleh karena itu, meskipun hasilnya sudah sangat baik, aspek empati tetap perlu dipertahankan dan ditingkatkan melalui inovasi layanan berbasis personalisasi serta

interaksi digital yang lebih humanis. Dengan demikian, dari kelima dimensi SERVQUAL, aspek *tangible* merupakan satu-satunya yang masih perlu ditingkatkan, sementara empat dimensi lainnya sudah optimal dan perlu dijaga konsistensinya.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi kualitas layanan internet banking pada Bank BSI KCP Kusumanegara Yogyakarta dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa mayoritas dimensi layanan telah berada pada kategori *Sangat Baik*, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Hal ini menegaskan bahwa layanan internet banking BSI dinilai konsisten, cepat tanggap, aman, serta peduli terhadap kebutuhan nasabah. Namun demikian, dimensi *tangible* masih berada pada kategori *Baik* pada sebagian indikator, sehingga aspek visual dan antarmuka aplikasi perlu mendapatkan perhatian khusus untuk ditingkatkan. Dengan memperkuat dimensi *tangible* sekaligus mempertahankan kualitas pada keempat dimensi lainnya, maka BSI berpotensi meningkatkan kepuasan nasabah secara lebih optimal dan memperkokoh loyalitas pengguna terhadap layanan internet banking yang disediakan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian diatas, maka dapat diperoleh beberapa Kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Secara umum kualitas layanan internet banking pada Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara dinilai sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari hasil analisis kelima dimensi SERVQUAL, di mana reliability, responsiveness, assurance, dan empathy mendapatkan penilaian dengan kategori Sangat Baik. Artinya, layanan internet banking BSI mampu memberikan keandalan, ketanggapan, rasa aman, serta perhatian kepada nasabah secara optimal. Sementara itu, dimensi tangible memperoleh nilai dengan kategori Baik, yang berarti bahwa aspek fisik berupa tampilan antarmuka aplikasi, desain, maupun kemudahan penggunaan masih belum sepenuhnya sesuai dengan ekspektasi nasabah, meskipun secara keseluruhan sudah cukup baik.
2. Dimensi yang paling perlu dievaluasi dan ditingkatkan kembali adalah tangible. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun dimensi ini berada dalam kategori Baik, nasabah masih merasakan kekurangan terutama pada aspek visual dan kenyamanan penggunaan aplikasi internet banking BSI. Oleh karena itu, pihak BSI perlu melakukan pembaruan desain antarmuka, penyempurnaan fitur, serta peningkatan konsistensi tampilan agar lebih modern, mudah diakses, dan user-friendly. Sementara itu, empat dimensi lainnya (reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) sudah memberikan hasil yang memuaskan sehingga perlu dipertahankan kualitasnya, sekaligus menjadi standar untuk menjaga kepuasan dan loyalitas nasabah di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan penelitian diatas, dapat diperoleh beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran praktis untuk BSI: Fokus peningkatan perlu diarahkan pada dimensi tangible, khususnya pada aspek tampilan antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX). Penerapan prinsip *user experience design* seperti navigasi intuitif, desain modern, dan fitur personalisasi dapat membantu menaikkan skor tangible ke kategori *Sangat Baik* serta memperkuat citra layanan digital bank.
2. Saran akademis untuk penelitian selanjutnya: Penelitian berikut dapat memperluas objek studi dengan membandingkan kualitas layanan internet banking BSI di beberapa cabang atau membandingkan dengan bank lain. Pendekatan ini akan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai posisi kompetitif BSI dalam konteks industri perbankan digital di Indonesia.
3. Saran metodologis untuk penelitian mendatang: Disarankan menggunakan metode *mixed methods* (kuantitatif dan kualitatif) agar diperoleh gambaran yang lebih mendalam. Selain mengukur skor SERVQUAL, wawancara atau *focus group discussion* dengan nasabah dapat mengungkap faktor-faktor emosional dan preferensi pengguna yang mungkin tidak sepenuhnya tercermin dalam skala kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreou, P. C., & Anyfantaki, S. (2021). Financial literacy and its influence on internet banking behavior. *European Management Journal*, 39(5), 658-674.
- Ariani, A. (2022). *Persepsi mahasiswa IAIN Padangsidempuan tentang keamanan layanan internet banking dalam transaksi perbankan syariah* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Arif, M., & Masdupi, E. (2020). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan. *Jurnal Ecogen*, 3(4), 598.
- Aulia, R., & Wazdi, A. I. (2022). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Complaint terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Bank BSI KC Suniaraja Bandung. *Jurnal Dimamu*, 1(3), 285-294.
- Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., & Yirsaw, B. G. (2023). Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 22.
- Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., & Yirsaw, B. G. (2023). Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 22.
- Cahaya, Y. F., & Siswanti, I. (2020). Internet banking service quality in Indonesia and its impact on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *Management Research Studies Journal*, 1(1), 75-83.
- Chaniago, N., & Sari, R. R. (2022). DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DALAM PENGGUNAAN INTERNET BANKING. *Ekonomi Digital*, 1(2), 103-110.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fatikah, B. H., & Albanna, H. (2022). The influence of E-SERVQUAL and e-trust on e-loyalty: the role of e-satisfaction as an intervening on Islamic mobile

- banking customer. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 119-130.
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43-52.
- Galih, M. D., & Setiawan, F. (2024). Optimizing Islamic Bank Customer Satisfaction Through Mobile Banking And Internet Banking Services. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 90-106.
- Garzaro, D. M., Varotto, L. F., & Pedro, S. D. C. (2021). Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on satisfaction and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 39(1), 1-23.
- Gautam, D. K., & Sah, G. K. (2023). Online banking service practices and its impact on e-customer satisfaction and e-customer loyalty in developing country of South Asia-Nepal. *Sage Open*, 13(3), 21582440231185580.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ichsan, R. N., & Karim, A. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54-57.
- Ismulyaty, S., & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap loyalitas nasabah bank syariah 54endidika (bsi kalirejo): the effect of service quality and internet banking user satisfaction on customer loyalty of bank syariah 54endidika (bsi kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 66-75.
- Khatoun, S., Zhengliang, X., & Hussain, H. (2020). The Mediating Effect of customer satisfaction on the relationship between Electronic banking service quality and customer Purchase intention: Evidence from the Qatar banking sector. *Sage Open*, 10(2), 2158244020935887.
- Lotko, A. (2022). The influence of the quality of internet banking services on customer loyalty. *European Research Studies*, 25(2B), 259-276.

- Mir, R. A., Rameez, R., & Tahir, N. (2023). Measuring Internet banking service quality: an empirical evidence. *The TQM Journal*, 35(2), 492-518.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari. *Jurnal pundi*, 7(1), 53-62.
- Mulia, D., Usman, H., & Parwanto, N. B. (2021). The role of customer intimacy in increasing Islamic bank customer loyalty in using e-banking and mbanking. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1097-1123.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction and switching costs on customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395405.
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2020). Factors propelling the adoption of internet banking: the role of e-customer service, website design, brand image and customer satisfaction. *International Journal of Business Information Systems*, 33(4), 549-569.
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alharafsheh, M., & Alghizzawi, M. (2021). The post-adoption behavior of internet banking users through the eyes of selfdetermination theory and expectation confirmation model. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1874-1892.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified eSERVQUAL model. *The TQM Journal*, 32(6), 1443-1466.
- Robinson, R. S. (2024). Purposive sampling. In *Encyclopedia of quality of life and well-being research* (pp. 5645-5647). Cham: Springer International Publishing.
- Ronny, R., Ilfitriah, A. M., & Nurhadi, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Electronic Banking. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 389-406.
- Sasono, I., JUBAEDI, A. D., NOVITASARI, D., WIYONO, N., RIYANTO, R., OKTABRIANTO, O., ... & WARUWU, H. (2021). The impact of e-service

- quality and satisfaction on customer loyalty: Empirical evidence from internet banking users in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465-473.
- Sasono, I., JUBAEDI, A. D., NOVITASARI, D., WIYONO, N., RIYANTO, R., OKTABRIANTO, O., ... & WARUWU, H. (2021). The impact of e-service quality and satisfaction on customer loyalty: Empirical evidence from internet banking users in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465-473.
- Sathiyavany, N., & Shivany, S. (2018). E-banking service qualities, e-customer satisfaction, and e-loyalty: a conceptual model. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(6), 4808-4819.
- Satria, F., & Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1911-1924.
- Shankar, A., & Jebarajakirthy, C. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1119-1142.
- Sharma, R., Singh, G., & Sharma, S. (2020). Modelling internet banking adoption in Fiji: A developing country perspective. *International journal of information management*, 53, 102116.
- Situmorang, S. H., & Luthfi, M. (2012). *Statistik untuk penelitian 56endidikan*. Graha Ilmu.
- Tumbel, Z., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Internet Banking Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada BRI Unit Tomohon Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 40-49.
- Ul Haq, I., & Awan, T. M. (2020). Impact of e-banking service quality on e-loyalty in pandemic times through interplay of e-satisfaction. *Vilakshan-XIMB Journal of Management*, 17(1/2), 39-55.

- Vetrivel, S. C., Rajini, J., & Krishnamoorthy, V. (2020). Influence of internet banking service quality on customer satisfaction-An Indian experience. *Journal of Critical Reviews*, 7(2), 546-551.
- Wijaya, J. P., & Setiawan, A. S. (2022). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet Banking & Mobile Banking. In *Proceeding National Seminar on Accounting UKMC* (Vol. 1, No. 1).
- Zhang, L., Yi, Y., & Zhou, G. (2022). Cultivate customer loyalty in national culture: a meta-analysis of electronic banking customer loyalty. *Cross Cultural & Strategic Management*, 29(3), 698-728.

LAMPIRAN

Lampiran 1. KUISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Perkenalkan, Saya Maulana Firmansyah (NIM 21311082), mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian sebagai bagian dari tugas akhir dengan judul **“Evaluasi Kualitas Layanan Internet Banking pada Nasabah Bank BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara.”**

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Partisipasi Anda sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Bagian A (Identitas Responden)

1. Apa Jenis Kelamin Saudara/i?

- a. Laki-Laki**
- b. Perempuan**

2. Berapa Usia Saudara/i?

- a. <20 Tahun
- b. 20-25 Tahun
- c. 26-30 Tahun
- d. 31-35 Tahun
- e. 36-40 Tahun
- f. >40 Tahun

3. Dimanakah Domisili Saudara/i?

- a. Kota Yogyakarta
- b. Kabupaten Sleman
- c. Kabupaten Bantul
- d. Kabupaten Kulonprogo
- e. Kabupaten Gunung Kidul

4. Berapa Lama Saudara/I Menjadi Nasabah BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara?

- a. <1 Tahun
 - b. 1-2 Tahun
 - c. 3-4 Tahun
5. Berapa Lama Saudara/I Menggunakan Layanan Internet Banking BSI?
- a. <1 Tahun
 - b. 1-2 Tahun
 - c. 3-4 Tahun
6. Apa Pekerjaan Saudara/i?
- a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Karyawan BUMN
 - c. PNS
 - d. Karyawan Swasta
 - e. Wirausaha
 - f. Lainnya
7. Berapa Penghasilan/Uang Saku Saudara/I Perbulan?
- a. <Rp 1.500.000
 - b. Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.001.000 – Rp 4.500.000
 - d. Rp 4.501.000 – Rp 6.000.000

e. >Rp 6.000.000

Bagian B (Item Kuesioner)

- 1) Bacalah setiap pernyataan dengan cermat.
- 2) Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman Anda terhadap pernyataan yang diberikan.
- 3) Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah secara jujur sesuai dengan kondisi yang Anda rasakan.
- 4) Berikan tanda (✓) pada salah satu pilihan jawaban sesuai tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan tersebut berdasarkan skala berikut:

Poin	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Cukup Setuju (CS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

I. Kualitas Layanan (X₁)

Lampiran 2. TABULASI DATA 50 RESPONDEN NASABAH BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA

Kode	Item	1	2	3	4	5
TAN1	Tampilan antarmuka layanan internet banking BSI menarik dan mudah dipahami.					
TAN2	Akses layanan internet banking BSI mudah dilakukan melalui perangkat pribadi seperti smartphone atau laptop.					
TAN3	Tampilan desain aplikasi internet banking BSI konsisten dan profesional sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna.					
REL1	Layanan internet banking BSI selalu memberikan informasi saldo dan transaksi secara akurat.					
REL2	Transaksi melalui internet banking BSI diproses sesuai dengan waktu yang dijanjikan.					
REL3	Riwayat transaksi pada layanan internet banking BSI dapat diakses dengan lengkap dan tanpa kesalahan.					
RES1	Layanan bantuan (helpdesk atau call center) untuk internet banking BSI cepat merespons pertanyaan atau keluhan saya.					

RES2	Sistem internet banking BSI segera memberikan notifikasi ketika terjadi transaksi atau aktivitas di akun saya.					
RES3	Sistem internet banking BSI secara cepat memperbarui status transaksi sehingga saya tidak perlu menunggu lama.					
ASS1	Saya merasa aman menggunakan layanan internet banking BSI karena terjamin kerahasiaan data pribadi saya.					
ASS2	Layanan internet banking BSI memberikan bukti transaksi secara otomatis setelah saya melakukan transaksi.					
ASS3	Saya yakin menggunakan layanan internet banking BSI karena adanya fitur keamanan tambahan seperti verifikasi OTP					
EMP1	Layanan bantuan internet banking BSI memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.					
EMP2	Saya merasa diperhatikan sebagai pengguna karena BSI menyediakan layanan internet banking yang mudah dan nyaman digunakan.					

EMP3	Pihak BSI memberikan panduan atau tutorial penggunaan internet banking yang membantu nasabah memahami layanan dengan mudah					
-------------	--	--	--	--	--	--

Lampiran 3. ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF PENELITIAN

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
TAN1	50	3	5	4.18	.084	.596
TAN2	50	3	5	4.24	.093	.657
TAN3	50	3	5	4.18	.079	.560
REL1	50	3	5	4.42	.095	.673
REL2	50	3	5	4.40	.095	.670
REL3	50	3	5	4.46	.100	.706
RES1	50	3	5	4.24	.101	.716
RES2	50	3	5	4.36	.085	.598
RES3	50	3	5	4.26	.102	.723
ASS1	50	3	5	4.28	.086	.607
ASS2	50	3	5	4.30	.082	.580
ASS3	50	3	5	4.24	.093	.657
EMP1	50	3	5	4.40	.095	.670
EMP2	50	3	5	4.22	.087	.616

EMP3	50	3	5	4.32	.092	.653
TOTALSQ	50	48	75	64.50	.973	6.882
Valid N (listwise)	50					

Lampiran 4. FREQUENCES

Statistics										
		TA N1	TA N2	TA N3	RE L1	RE L2	RE L3	RE S1	RE S2	RE S3
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Statistics								
		ASS 1	ASS 2	ASS 3	EMP 1	EMP 2	EMP 3	TOTALS Q
N	Valid	50	50	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

Lampiran 5. TANGIBLES

TAN1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	31	62.0	62.0	72.0

	5	14	28.0	28.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

TAN2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12.0	12.0	12.0
	4	26	52.0	52.0	64.0
	5	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

TAN3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	8.0	8.0	8.0
	4	33	66.0	66.0	74.0
	5	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

RELIABILITY

REL1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	19	38.0	38.0	48.0
	5	26	52.0	52.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

REL2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	20	40.0	40.0	50.0
	5	25	50.0	50.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

REL3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12.0	12.0	12.0
	4	15	30.0	30.0	42.0
	5	29	58.0	58.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 6. RESPONSIVENESS

RES1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3	8	16.0	16.0	16.0
	4	22	44.0	44.0	60.0
	5	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

RES2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	6.0	6.0	6.0
	4	26	52.0	52.0	58.0
	5	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

RES3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	16.0	16.0	16.0
	4	21	42.0	42.0	58.0
	5	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 7. ASSURANCE

ASS1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3	4	8.0	8.0	8.0
	4	28	56.0	56.0	64.0
	5	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

ASS2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	6.0	6.0	6.0
	4	29	58.0	58.0	64.0
	5	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

ASS3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12.0	12.0	12.0
	4	26	52.0	52.0	64.0
	5	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 8. EMPATHY

EMP1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	20	40.0	40.0	50.0
	5	25	50.0	50.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

EMP2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	29	58.0	58.0	68.0
	5	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

EMP3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	10.0	10.0	10.0
	4	24	48.0	48.0	58.0
	5	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 9. TOTAL SQ FREQUENCIES

TOTALSQ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	48	1	2.0	2.0	2.0
	49	1	2.0	2.0	4.0
	52	3	6.0	6.0	10.0
	55	1	2.0	2.0	12.0
	56	2	4.0	4.0	16.0
	57	1	2.0	2.0	18.0
	58	2	4.0	4.0	22.0
	60	2	4.0	4.0	26.0
	61	1	2.0	2.0	28.0
	62	3	6.0	6.0	34.0
	64	3	6.0	6.0	40.0
	65	2	4.0	4.0	44.0
	66	5	10.0	10.0	54.0
	67	5	10.0	10.0	64.0
	68	3	6.0	6.0	70.0
	69	2	4.0	4.0	74.0
	70	3	6.0	6.0	80.0
	71	4	8.0	8.0	88.0
	72	1	2.0	2.0	90.0
	73	2	4.0	4.0	94.0
	74	1	2.0	2.0	96.0
	75	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Lampiran 10. DAFTAR HADIR Maret 2024

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun: Maret 2024

Nama Instansi : BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA
Nama Mahasiswa : Maulana Firmansyah
Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	18 Maret	8	Apel dan doa pagi, Perkenalan dengan staff, Membantu menyiapkan brosur untuk sosialisasi
2	19 Maret	8	Mempelajari produk yang ditawarkan kepada nasabah, mempelajari sitem dari perbankan syariah
3	20 Maret	8	Membantu nasabah dalam pembukaan rekening baru melalui mobile banking, penyerahan souvenir haji kepada nasabah yang berhak mendapat souvenir haji
4	21 Maret	8	Melakukan pembagian brosur cicil emas di Pamela swalayan, Input data nasabah cicil emas
5	22 Maret	8	Melanjutkan pembagian brosur cicil emas di Pamela swalayan, Input data nasabah QRIS dan mencetak
6	25 Maret	8	Mempelajari dan menginput data nasabah mikro, Merekap data nasabah cicil emas
7	26 Maret	8	Mempelajari webform untuk pembukaan rekening reguler dan rekening payroll, Mempelajari daftar aplikasi BSI
8	27 Maret	8	Melakukan penginputan data nasabah yang akan melakukan pembukaan rekening payroll, Merekap data absensi karyawan, Input data nasabah QRIS
9	28 Maret	8	Turun ke lapangan menyambangi nasabah yang akan melakukan pinjaman KUR (kredit usaha rakyat), Merekap backup pemutaran CCTV kantor
10			
11			

Catatan dari supervisor:

Belajar handle masalah di Customer Service

Kota Yogyakarta, 5 April 2024



Maulana Firmansyah
21311082



Reza Octisi
Supervisor

Lampiran 11. DAFTAR HADIR April 2024

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun: April 2024

Nama Instansi : BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA
Nama Mahasiswa : Maulana Firmansyah
Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	1 April	8	Input kas kecil pengeluaran kantor, Melayani penyerahan souvenir haji
2	2 April	8	Input data dan mencetak QRIS nasabah, Membantu pembukaan rekening nasabah baru
3	3 April	8	Input data penukaran uang receh nasabah, Merekap backup pemutaran cctv kantor
4	4 April	8	Input data nasabah cicil emas, membantu penghitungan uang di teler
5	5 April	8	Pengecekan data nasabah yang berhak mendapat souvenir haji, Melanjutkan penyerahan souvenir haji kepada nasabah
6	8-22 April	0	Libur hari raya lebaran
7	23 April	8	Menghitung dan melakukan pengecekan kelayakan uang riyal untuk nasabah haji Membantu nasabah dalam pembuatan QRIS dan Input data QRIS nasabah
8	24 April	8	Menghitung dan pengecekan transaksi harian nasabah,
9	25 April	8	Merekap data absensi karyawan, input data nasabah mikro
10	26 April	8	Merekap surat keputusan data nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR), Input kas kecil pengeluaran kantor
11	29 April	0	Izin Sakit
12	30 April	8	Merekap data nasabah yang mengajukan proposal pembiayaan, Mempelajari data nasabah mitraguna

Catatan dari supervisor:

Lebih banyak belajar produk BSI

Yogyakarta, 6 Mei 2024

Dilaporkan oleh



Maulana Firmansyah
21311082

Diketahui oleh



Reza Octisi
Supervisor

Lampiran 12. DAFTAR HADIR Mei 2024

DAFTAR HADIR MAGANG Bulan/Tahun: MEI 2024

Nama Instansi : BSI KCP KUSUMANEGARA YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : Maulana Firmansyah

Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	2 MEI	8	Pembuatan qris, Pembukaan rekening nasabah baru
2	3 MEI	8	Menginput patty cash kantor, Pembuatan qris
3	6 MEI	8	Membuat rekening payroll, Pembukaan rekening nasabah baru
4	7 MEI	8	Melakukan IDEB checking, Pembuatan qris
5	8 MEI	8	Mengarsipkan data nasabah cicil emas, Menginput patty cash kantor, Mensortir data dari kantor region ke kantor cabang
6	13 MEI	8	Membantu nasabah dalam pembukaan rekening haji, Membantu nasabah pembukaan rekening baru
7	14 MEI	8	Analisis laporan keuangan BSI triwulan, Merekap data nasabah haji, Fileing berkas customer service
8	15 MEI	8	Turun ke lapangan sosialisasi program kredit usaha rakyat (KUR), Input kas kecil operasional kantor
9	16 MEI	8	Merekap data dan menghubungi nasabah haji, Membuat phamflet alur pembayaran BPJS ketenagakerjaan
10	17 MEI	8	Pembuatan qris, Pembukaan rekening nasabah baru
11	20 MEI	8	Mengisi data form nasabah cicil emas, Melakukan IDEB checking, Sosialisasi cicil emas terhadap nasabah haji
12	21 MEI	8	Menginput qris, Menghubungi nasabah cicil emas, Membuat rekening payroll
13	22 MEI	8	Mengbungi nasabah haji terkait sosialisasi perencanaan pelunasan haji, Pembukaan rekening nasabah baru

14	27 MEI	8	Menginput qris, Mencetak qris, Pembukaan rekening nasabah baru
15	28 MEI	8	Sosialisasi perencanaan pelunasan haji, Fileing transaksi transaksi harian
16	29 MEI	8	Menginput qris, Menginput data BSI smart
17	30 MEI	8	Mengisi keluhan di google form terkait CMS (Cash Manajemen Sistem)
18	31 MEI	8	Take over gadai emas dari penggadaian, Pembukaan rekening nasabah baru
19			
20			

Catatan dari supervisor:

.....
 Lebih aktif lagi di dalam forum.

Yogyakarta, 6 Mei 2024

Dilaporkan Oleh:



Maulana Firmansyah
21311082

Diketahui Oleh:



Reza Octisi
Supervisor

Lampiran 13. DAFTAR HADIR Juni 2024

DAFTAR HADIR MAGANG Bulan/Tahun: JUNI 2024

Nama Instansi : BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA
Nama Mahasiswa : Maulana Firmansyah
Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	3 Juni	8	Merekap surat keputusan data nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR), Input kas kecil pengeluaran kantor
2	4 Juni	8	Input data dan mencetak QRIS nasabah, Membantu pembukaan rekening nasabah baru
3	5 Juni	8	Merekap data absensi karyawan, Input data nasabah mikro
4	6 Juni	8	Melakukan IDEB checking, Filing transaksi harian nasabah
5	7 Juni	8	Input data dan mencetak QRIS, Merekap back up pemutaran cctv kantor
6	10 Juni	8	Menghitung dan pengecekan transaksi harian nasabah dari teller
7	11 Juni	8	Merekap data nasabah yang mengajukan proposal pembiayaan, mempelajari data nasabah mitraguna
8	12 Juni	8	Pembukaan rekening nasabah baru, Menginput QRIS
9	13 Juni	8	Merekap data absensi lembur karyawan, Turun ke lapangan mengunjungi nasabah prioritas
10	14 Juni	8	Membuat rekening payroll melalui webform
11	17-18 Juni	0	Libur hari raya idul adha
12	19 Juni	8	Melanjutkan pembuatan rekening payroll melalui webform
13	20 Juni	8	Menginput data QRIS nasabah, Melakukan IDEB checking
14	21 Juni	8	Filing data customer service, Menginput patty cash kantor

15	24 Juni	0	Izin sakit
16	25 Juni	8	Melanjutkan fileing data customer service, Merekap back up cctv kantor, Mencetak QRIS nasabah
17	26 Juni	8	Turun ke lapangan untuk take over gadai emas dari penggadaan, menginput data patty cash kantor
18	27 Juni	8	Membuat rekening payroll melalui webform, Membantu customer service untuk pembukaan rekening nasabah baru
19	28 Juni	8	Turun ke lapangan untuk membagikan rekening payroll, Fileing data customer service
20			

Catatan dari supervisor:

Belajar pelayanan nasabah di Customer Service

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Yogyakarta, 1 Juli 2024

Dilaporkan Oleh:



Maulana Firmansyah
21311082

Diketahui Oleh:



Reza Octisi
Supervisor

Lampiran 14. DAFTAR HADIR Juli 2024

DAFTAR HADIR MAGANG

Bulan/Tahun: Juli 2024

Nama Instansi : BSI KCP YOGYAKARTA KUSUMANEGARA
Nama Mahasiswa : Maulana Firmansyah
Asal Perguruan Tinggi : Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia

No	Tanggal	Lama kerja (jam)	Deskripsi Singkat Aktivitas
1	1 Juli	8	Input dan Mencetak QRIS nasabah, Merekap data absensi karyawan
2	2 Juli	8	Menginput patty cash kantor, Merekap data nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR)
3	3 Juli	8	Membantu nasabah dalam pembukaan rekening baru melalui mobile banking, Merekap backup cctv kantor, Melakukan IDEB checking
4	4 Juli	8	Fileing transaksi hariannasabah, Pembukaan rekening nasabah baru melalui mobile banking
5	5 Juli	8	Pembukaan rekening payroll, Fileing transaksi harian nasabah
6	8 Juli	8	Melanjutkan pembukaan rekening payroll
7	9 Juli	8	Fileing transaksi harian nasabah, backup cctv kantor, Menginput data QRIS
8	10 Juli	8	Menginput patty cash kantor, Mencetak QRIS nasabah, Backup cctv kantor
9	11 Juli	8	Fileing data transaksi harian nasabah, Membikin surat penawaran produk Bank Syariah Indonesia
10	12 Juli	8	Menginput vidio promosi produk dari BSI untuk ditampilkan di banking hall, Menginput data nasabahcicil emas
11	15 Juli	8	Pembukaan rekening payroll
12	16 Juli	8	Melanjutput pembukan rekening payroll

17	17 Juli	8	Menginput dan Mencetak QRIS Menginput IDEB checking
18	18 Juli	8	Membuat poster undangan rencana pelunasan BPIH dan Menginput IDEB checking
19	19 Juli	8	Meningput data nasabah KUR (kredit usaha rakyat) melakukan IDEB checking

Catatan dari supervisor:

Tingkatkan hrs inisiatif dan inovatif dalam bekerja.

Kota Yogyakarta, 19 Juli 2024



Reza Octisi
Supervisor

Maulana Firmansyah
21311082

DOKUMENTASI FOTO PELAKSANAAN PENELITIAN

Lampiran 15. Dokumentasi Foto dengan Staf dan Manajer BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara



Lampiran 16. Dokumentasi Sosialisasi dan Aduan Layanan Internet Banking BSI



Lampiran

17. Dokumentasi Ikut Serta dalam Pembukaan Booth BSI KCP Yogyakarta Kusumanegara (Pembukaan Rekening Tabungan dan Aktivasi Internet Banking)



18. Dokumentasi Ikut Serta dalam Customer Service Sekaligus Observasi Terkait Layanan Pembukaan Rekening dan Aktivasi Internet

Lampiran
Banking



Lampiran

19. Dokumentasi Input Data Keuangan (Nota Operasional BSI

Lampiran
KCP Yogyakarta Kusumanegara)

