Journal of Sharia Economics
Vol. 8, No. 1, Oktober, 2026, pp. 167 –183
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Pengaruh Merger dan Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Muara bungo M. Yamin

Eka Ria Santari[1], Sissah[2], Eri Nofriza[3]
[1,2,3] UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; ersiekariasantari@gmail.com, Sissah@uinjambi.ac.id, Nofriza@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online
http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
merger, digital banking, customer satisfaction, Bank Syariah Indonesia

Turabian style in citing this article: [citation Heading]
Pengaruh Merger dan Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Muara bungo M. Yamin " *Journal of Sharia Economics 8*, No. 1, Oktober: 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of a merger and digital banking services on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI), specifically the Muara Bungo M. Yamin branch. A quantitative approach was employed, with data collected via questionnaires distributed to customers using an accidental sampling technique. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method, facilitated by the SmartPLS 4 software. The results indicate that the merger has a positive and significant impact on customer satisfaction, with a path coefficient of 0.606, a t-statistic of 6.499, and a p-value of 0.000. Digital banking services also exert a positive and significant influence on customer satisfaction, with a path coefficient of 0.338, a t-statistic of 3.470, and a p-value of 0.001. These findings demonstrate that both variables contribute to explaining customer satisfaction, with the merger showing a larger path coefficient than digital banking services. This implies that BSI should sustain the benefits of the merger by enhancing service quality, developing products, and improving human resource competencies, while simultaneously strengthening digital services through ease of access, transaction security, and system reliability. This study provides empirical evidence regarding the importance of institutional transformation and the quality of digital services in enhancing customer satisfaction within the Islamic banking sector.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan adanya transformasi kelembagaan dan teknologi yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing serta kualitas pelayanan kepada masyarakat. Perbankan syariah tidak hanya dituntut untuk menjalankan kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang efektif, efisien, aman, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam persaingan industri jasa keuangan

yang semakin kompetitif, kepuasan nasabah menjadi salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan bank dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan penggunanya. Nasabah cenderung memberikan penilaian positif ketika layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman pelayanan dapat menimbulkan ketidakpuasan serta menurunkan kepercayaan terhadap lembaga perbankan (Atmaja, 2018).

Salah satu perubahan penting dalam perkembangan perbankan syariah nasional adalah merger tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah, yang membentuk PT Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 1 Februari 2021. Penggabungan tersebut bertujuan memperkuat kapasitas kelembagaan, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pelayanan, serta mendorong pengembangan produk dan layanan perbankan syariah (Bank Syariah Indonesia, 2021). Melalui integrasi sumber daya, jaringan, dan kemampuan operasional, merger diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan nilai tambah bagi nasabah. Namun, keberhasilan merger tidak cukup dinilai berdasarkan besarnya aset, kekuatan permodalan, atau luasnya jaringan kantor. Keberhasilan tersebut juga perlu dilihat dari pengalaman nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank setelah proses penggabungan berlangsung.

Merger merupakan proses restrukturisasi perusahaan yang berpotensi menghasilkan sinergi operasional dan peningkatan efisiensi. Meskipun demikian, proses integrasi juga dapat menimbulkan tantangan, seperti penyesuaian prosedur pelayanan, perubahan sistem operasional, integrasi teknologi, serta adaptasi sumber daya manusia. Dari perspektif nasabah, perubahan tersebut dapat dipersepsikan secara berbeda sesuai dengan pengalaman pelayanan yang diterima. Apabila merger menghasilkan layanan yang lebih mudah diakses, produk yang lebih inovatif, dan pelayanan yang semakin profesional, kepuasan nasabah berpotensi meningkat. Sebaliknya, apabila integrasi kelembagaan menimbulkan gangguan layanan atau tidak diikuti dengan perbaikan kualitas pelayanan, manfaat merger belum tentu dirasakan secara optimal oleh nasabah. Umashankar et al. (2022) menjelaskan bahwa merger dan akuisisi dapat mengurangi nilai perusahaan ketika proses tersebut berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hubungan antara merger dan kepuasan nasabah perlu dianalisis secara empiris berdasarkan kondisi pelayanan yang benar-benar dialami oleh pengguna jasa perbankan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas keterkaitan merger perbankan dengan kepuasan nasabah. Bayhaqy dan Septiarini (2023), melalui penelitian mengenai kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia setelah merger, menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah. Khamidah (2023) juga mengkaji pengaruh merger dan digital banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Malang Soetta. Akan tetapi, merger tidak selalu menghasilkan dampak yang seragam pada setiap lingkungan pelayanan. Umashankar et al. (2022) menunjukkan bahwa merger dan akuisisi dapat

mengurangi nilai perusahaan melalui penurunan kepuasan pelanggan meskipun terdapat potensi efisiensi operasional. Perbedaan temuan tersebut memperlihatkan bahwa dampak merger terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diasumsikan selalu positif, tetapi perlu mempertimbangkan kualitas implementasi merger dan karakteristik nasabah pada masing-masing lokasi penelitian.

Selain integrasi kelembagaan, perkembangan teknologi digital menjadi faktor penting dalam transformasi industri perbankan. Digital banking memungkinkan nasabah mengakses berbagai layanan perbankan melalui perangkat elektronik tanpa harus selalu mendatangi kantor cabang. Layanan tersebut memberikan kemudahan dalam melakukan pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran, serta berbagai transaksi keuangan lainnya. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia, digitalisasi layanan dikembangkan melalui aplikasi perbankan digital dan fasilitas layanan berbasis web yang mendukung aktivitas transaksi nasabah. Kehadiran layanan digital diharapkan mampu meningkatkan fleksibilitas waktu, mempercepat proses transaksi, memperluas akses pelayanan, dan mengurangi ketergantungan terhadap layanan tatap muka (Mawardi & Hasmawaty, 2021).

Kualitas digital banking tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan aplikasi, tetapi juga oleh kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, keandalan sistem, keamanan transaksi, dan kemampuan fitur dalam memenuhi kebutuhan nasabah. *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi. Dalam layanan perbankan digital, teknologi yang dipersepsikan bermanfaat dan mudah digunakan dapat membantu nasabah menyelesaikan transaksi secara lebih praktis. Sebaliknya, gangguan sistem, proses aktivasi yang rumit, kegagalan login, dan transaksi yang tidak berjalan lancar dapat mengurangi manfaat yang dirasakan serta memengaruhi penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan bank.

Penelitian Jannah et al. (2020) menunjukkan relevansi kualitas digital banking dalam membentuk kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Feranika dan Borroek (2023) yang membahas digitalisasi produk perbankan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank 9 Jambi. Sementara itu, Susanto et al. (2023) mengkaji pengalaman nasabah dalam digital banking dengan mempertimbangkan kemudahan, keamanan, dan kegunaan layanan sebagai faktor yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Berbagai penelitian tersebut menegaskan bahwa digital banking memiliki peran penting dalam pengalaman nasabah. Namun, manfaat teknologi tidak dapat dilepaskan dari kualitas implementasinya, terutama terkait stabilitas sistem, keamanan informasi, kemudahan akses, dan kecepatan penyelesaian transaksi.

Permasalahan tersebut relevan untuk dikaji pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bungo M. Yamin. Sebagai kantor cabang pembantu yang melayani masyarakat dengan karakteristik dan tingkat literasi digital yang beragam, kantor ini

menghadapi kebutuhan untuk memastikan bahwa integrasi pascamerger dan digitalisasi pelayanan benar-benar memberikan manfaat bagi nasabah. Pengalaman nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan kelembagaan BSI, tetapi juga oleh kemampuan mereka beradaptasi dengan sistem pelayanan baru serta penggunaan layanan digital. Oleh karena itu, penilaian terhadap merger dan digital banking perlu mempertimbangkan kondisi empiris pada tingkat kantor cabang, bukan hanya mengandalkan gambaran umum perkembangan industri perbankan syariah secara nasional.

Hasil survei prariset yang dilakukan peneliti terhadap 30 nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin pada 2025 menunjukkan adanya variasi persepsi terhadap manfaat merger. Sebanyak 67% responden menyatakan setuju bahwa merger menghasilkan produk dan layanan yang lebih inovatif serta memperluas jaringan pelayanan. Namun, persentase responden yang menyatakan setuju bahwa pelayanan menjadi lebih baik dan terstruktur hanya mencapai 43%, sedangkan penilaian positif terhadap kompetensi karyawan mencapai 47% (Data prariset peneliti, 2025). Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa manfaat merger relatif lebih dirasakan pada aspek inovasi dan perluasan jaringan dibandingkan dengan aspek kualitas pelayanan dan kompetensi sumber daya manusia. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan integrasi kelembagaan perlu dievaluasi berdasarkan manfaat yang dirasakan langsung oleh nasabah.

Persoalan serupa ditemukan pada layanan digital banking. Berdasarkan survei prariset yang sama, sebanyak 63% responden menyatakan bahwa aplikasi BYOND by BSI mudah digunakan. Persentase yang sama juga menunjukkan bahwa fitur digital membantu mempermudah aktivitas perbankan. Akan tetapi, hanya 40% responden yang menyatakan setuju bahwa transaksi digital berjalan lancar tanpa gangguan. Selain itu, 43% responden menyatakan bahwa layanan digital lebih cepat dibandingkan dengan pelayanan konvensional (Data prariset peneliti, 2025). Data tersebut memperlihatkan adanya perbedaan antara persepsi mengenai kemudahan penggunaan dan pengalaman nasabah terkait kelancaran serta kecepatan transaksi. Dengan demikian, ketersediaan fitur digital belum tentu secara otomatis menghasilkan pengalaman pelayanan yang memuaskan apabila keandalan sistem dan efisiensi transaksi belum memenuhi harapan pengguna.

Ulasan pengguna aplikasi BYOND by BSI yang didokumentasikan dalam skripsi juga memperlihatkan adanya keluhan terkait gangguan sistem, kegagalan login, aplikasi yang tertutup secara otomatis, keterbatasan fitur pembayaran, serta kendala aktivasi dan verifikasi akun (Data ulasan aplikasi yang didokumentasikan dalam skripsi, 2025). Keluhan tersebut tidak dapat diperlakukan sebagai representasi seluruh nasabah, tetapi dapat menjadi indikasi awal mengenai aspek layanan yang perlu dievaluasi lebih lanjut. Dalam konteks kepuasan nasabah, kendala teknis memiliki arti penting karena layanan digital pada dasarnya diharapkan memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas. Ketika transaksi digital tidak berjalan sesuai harapan, nasabah dapat menilai bahwa manfaat yang diperoleh belum sebanding dengan ekspektasi mereka terhadap layanan perbankan modern.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat kesenjangan antara tujuan strategis merger dan digitalisasi perbankan dengan pengalaman pelayanan yang dirasakan sebagian nasabah di tingkat cabang. Merger diharapkan memperkuat kualitas pelayanan melalui sinergi kelembagaan, sedangkan digital banking diharapkan meningkatkan kemudahan dan efisiensi transaksi. Akan tetapi, data prariset menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap inovasi dan kemudahan aplikasi belum sepenuhnya diikuti oleh penilaian positif terhadap kompetensi karyawan, kelancaran transaksi, dan kecepatan pelayanan. Kesenjangan ini penting diteliti karena kepuasan nasabah terbentuk melalui evaluasi menyeluruh atas pengalaman layanan, bukan semata-mata berdasarkan perubahan struktur organisasi atau tersedianya fasilitas teknologi (Atmaja, 2018; Jannah et al., 2020).

Dari sisi kajian akademik, penelitian terdahulu telah membahas merger dan digital banking dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah. Namun, temuan mengenai dampak merger terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan variasi, sementara kualitas layanan digital juga bergantung pada karakteristik sistem dan pengalaman pengguna. Penelitian pada BSI KCP Muara Bungo M. Yamin memberikan konteks empiris yang spesifik untuk menguji kedua variabel tersebut secara bersamaan. Fokus pada kantor cabang pembantu ini penting untuk mengetahui apakah persepsi nasabah terhadap hasil merger dan pengalaman menggunakan digital banking memiliki hubungan yang signifikan dengan kepuasan mereka. Kebaruan kontekstual penelitian ini terletak pada pengujian kedua variabel dalam satu model empiris pada tingkat kantor cabang pembantu, dengan memperhatikan kondisi prariset yang menunjukkan perbedaan penilaian antara manfaat merger, kemudahan aplikasi, dan kelancaran transaksi digital.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh merger terhadap kepuasan nasabah, menganalisis pengaruh layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah, serta menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara bersama-sama pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bungo M. Yamin. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengumpulan data kuesioner dari nasabah dan analisis statistik untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian manajemen perbankan syariah, khususnya mengenai keterkaitan integrasi kelembagaan, penerimaan layanan digital, dan kepuasan nasabah. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi pihak BSI dalam mempertahankan manfaat merger, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta memperkuat keandalan, keamanan, dan kemudahan layanan digital demi meningkatkan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Merger Perbankan

Merger merupakan penggabungan dua atau lebih perusahaan menjadi satu entitas usaha untuk memperkuat posisi perusahaan, meningkatkan efisiensi

operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing. Dalam industri perbankan, merger tidak hanya berkaitan dengan penggabungan aset dan struktur organisasi, tetapi juga mencakup integrasi sumber daya manusia, teknologi, produk, layanan, dan budaya organisasi. Keberhasilan merger dapat dinilai dari kemampuan bank dalam memberikan manfaat nyata kepada nasabah, seperti peningkatan kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan perluasan akses terhadap layanan perbankan (Umashankar et al., 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah, yang efektif pada 1 Februari 2021. Penggabungan tersebut bertujuan memperkuat kapasitas industri perbankan syariah Indonesia dan meningkatkan kemampuan bank dalam memberikan layanan kepada masyarakat (Bank Syariah Indonesia, 2021). Dalam konteks penelitian ini, merger dipahami sebagai perubahan kelembagaan yang berpotensi memengaruhi persepsi dan pengalaman nasabah terhadap layanan BSI KCP Muara Bungo M. Yamin.

Dampak merger terhadap kepuasan nasabah tidak selalu bersifat positif. Penggabungan perusahaan dapat menghasilkan efisiensi dan peningkatan kapasitas layanan, tetapi juga berpotensi menimbulkan kendala selama proses integrasi organisasi dan sistem pelayanan. Umashankar et al. (2022) menunjukkan bahwa merger dan akuisisi dapat menurunkan kepuasan pelanggan apabila efisiensi perusahaan tidak diikuti dengan perhatian yang memadai terhadap pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, keberhasilan merger perbankan perlu dinilai tidak hanya dari aspek kelembagaan dan finansial, tetapi juga dari persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima.

Dalam penelitian ini, merger dapat dikaji melalui persepsi nasabah mengenai perubahan pelayanan, peningkatan fasilitas dan jaringan, pengembangan produk, serta kemampuan bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah setelah penggabungan. Aspek-aspek tersebut digunakan sebagai fokus konseptual untuk memahami bagaimana perubahan kelembagaan BSI berkaitan dengan kepuasan nasabah.

Layanan Digital Banking

Digital banking merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk menyediakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses informasi, melakukan transaksi, dan memenuhi kebutuhan finansial tanpa harus selalu datang ke kantor cabang. Layanan ini menjadi bagian penting dari transformasi perbankan karena menawarkan kemudahan akses, efisiensi waktu, dan fleksibilitas transaksi. Namun, manfaat tersebut sangat bergantung pada kemudahan penggunaan, kegunaan sistem, keamanan, dan keandalan layanan yang dirasakan oleh nasabah (Davis, 1989; Susanto et al., 2023).

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi terutama oleh *perceived*

usefulness (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Persepsi kegunaan berkaitan dengan keyakinan bahwa teknologi dapat meningkatkan efektivitas aktivitas pengguna, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Dalam konteks digital banking, kedua aspek tersebut relevan untuk menjelaskan penerimaan nasabah terhadap aplikasi perbankan digital.

Selain kemudahan dan kegunaan, kualitas layanan digital juga berhubungan dengan kepuasan nasabah. Jannah et al. (2020) mengkaji kualitas digital banking dan kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Sementara itu, Mawardi dan Hasmawaty (2021) membahas hubungan pelayanan digital dan pelayanan konvensional dengan kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. Kedua penelitian tersebut memberikan konteks empiris mengenai pentingnya layanan digital dalam pengalaman nasabah perbankan.

Susanto et al. (2023) juga menempatkan kenyamanan, keamanan, dan kegunaan sebagai aspek penting dalam pengalaman nasabah menggunakan digital banking. Dengan demikian, kualitas layanan digital tidak cukup diukur dari tersedianya aplikasi, tetapi juga perlu mempertimbangkan apakah aplikasi tersebut dapat digunakan secara mudah, aman, stabil, dan sesuai dengan kebutuhan transaksi nasabah.

Pada BSI, layanan digital menjadi bagian dari upaya meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi transaksi. Meskipun demikian, gangguan sistem, kegagalan masuk ke aplikasi, kendala aktivasi, atau keterbatasan fitur dapat mengurangi manfaat yang dirasakan nasabah. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini layanan digital banking dipahami melalui persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan, kelengkapan fungsi, kecepatan transaksi, dan keandalan layanan digital.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi nasabah setelah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan sebelum menggunakan layanan tersebut. Apabila kinerja layanan memenuhi atau melampaui harapan, nasabah cenderung merasa puas. Sebaliknya, ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman aktual dapat menimbulkan ketidakpuasan. Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah menjadi aspek penting karena berkaitan dengan penilaian terhadap kualitas layanan dan kemungkinan terjalinnya hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah (Atmaja, 2018).

Kepuasan nasabah perbankan dapat terbentuk melalui berbagai pengalaman, antara lain kemudahan transaksi, ketepatan pelayanan, kecepatan penyelesaian kebutuhan, kompetensi pegawai, serta kemampuan bank memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Atmaja (2018) membahas hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan loyalitas pada Bank BJB. Kajian tersebut

menunjukkan relevansi kualitas pelayanan dalam memahami kepuasan dan hubungan lanjutan antara nasabah dengan lembaga perbankan.

Dalam lingkungan perbankan digital, kepuasan juga dipengaruhi oleh pengalaman nasabah ketika menggunakan aplikasi dan fasilitas elektronik. Layanan yang mudah diakses dan bermanfaat dapat meningkatkan pengalaman positif, sedangkan gangguan teknis atau transaksi yang tidak berjalan sesuai harapan berpotensi menurunkan kepuasan. Davis (1989) memberikan dasar teoretis untuk memahami persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi, sedangkan Susanto et al. (2023) membahas kenyamanan, keamanan, dan kegunaan dalam pengalaman digital banking.

Berdasarkan uraian tersebut, kepuasan nasabah dalam penelitian ini dipahami sebagai penilaian nasabah terhadap pengalaman mereka menggunakan layanan BSI KCP Muara Bungo M. Yamin, baik yang berkaitan dengan perubahan setelah merger maupun penggunaan layanan digital banking. Penilaian tersebut dapat mencakup kesesuaian layanan dengan harapan, pengalaman pelayanan secara keseluruhan, dan kemampuan bank memenuhi kebutuhan transaksi nasabah.

Hubungan Merger dengan Kepuasan Nasabah

Secara konseptual, merger dapat meningkatkan kepuasan nasabah apabila penggabungan organisasi menghasilkan layanan yang lebih baik, akses yang lebih luas, produk yang lebih beragam, serta proses pelayanan yang lebih efektif. Integrasi sumber daya dan teknologi juga berpotensi meningkatkan kemampuan bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Namun, manfaat tersebut tidak muncul secara otomatis karena keberhasilan integrasi harus dirasakan secara langsung melalui pengalaman pelayanan yang diterima nasabah.

Umashankar et al. (2022) menjelaskan bahwa merger dan akuisisi dapat berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan meskipun perusahaan berupaya memperoleh efisiensi. Temuan tersebut menegaskan bahwa orientasi efisiensi organisasi perlu diseimbangkan dengan pemeliharaan kualitas hubungan dan pengalaman pelanggan. Dalam konteks BSI, perubahan struktur organisasi akibat merger perlu diikuti dengan pelayanan yang konsisten, komunikasi yang jelas, dan kemampuan pegawai dalam membantu nasabah.

Penelitian Bayhaqy dan Septiarini (2023) membahas kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah dalam konteks BSI setelah merger. Sementara itu, Khamidah (2023) mengkaji merger dan digital banking dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah BSI KCP Malang Soetta. Kedua kajian tersebut relevan sebagai pembanding untuk menempatkan merger dalam penelitian mengenai kepuasan nasabah bank syariah.

Dengan demikian, hubungan merger dengan kepuasan nasabah dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa perubahan kelembagaan dapat

memengaruhi kepuasan melalui perubahan kualitas pelayanan, pengembangan produk, dan akses terhadap layanan. Hubungan tersebut selanjutnya diuji secara empiris berdasarkan data nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin.

Hubungan Layanan Digital Banking dengan Kepuasan Nasabah

Layanan digital banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah apabila mampu memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan keandalan dalam transaksi. Berdasarkan Technology Acceptance Model, persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Nasabah yang menilai aplikasi bermanfaat dan mudah digunakan berpotensi memiliki pengalaman penggunaan yang lebih baik.

Jannah et al. (2020) menelaah kualitas digital banking dan kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Mawardi dan Hasmawaty (2021) juga mengkaji pelayanan digital dan konvensional dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah. Selanjutnya, Susanto et al. (2023) menekankan relevansi kenyamanan, keamanan, dan kegunaan dalam pengalaman digital banking di Indonesia. Literatur tersebut menjadi landasan untuk menilai layanan digital sebagai salah satu faktor yang berpotensi menjelaskan kepuasan nasabah.

Namun, digitalisasi tidak selalu menghasilkan kepuasan apabila kualitas teknis layanan belum memadai. Gangguan aplikasi, kegagalan transaksi, proses verifikasi yang sulit, dan keterbatasan fitur dapat mengurangi kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, kualitas digital banking perlu dinilai berdasarkan pengalaman aktual nasabah, bukan hanya berdasarkan ketersediaan fasilitas digital.

Dalam penelitian ini, layanan digital banking diduga memiliki hubungan positif dengan kepuasan nasabah apabila aplikasi dan fasilitas digital BSI mampu memenuhi kebutuhan transaksi secara mudah, cepat, aman, dan andal. Dugaan tersebut perlu diuji menggunakan hasil analisis data penelitian.

Hubungan Merger dan Layanan Digital Banking dengan Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah setelah merger dapat dipengaruhi oleh kombinasi perubahan kelembagaan dan kualitas layanan digital. Merger berpotensi memperkuat kapasitas organisasi, sedangkan digital banking menjadi sarana bagi nasabah untuk merasakan manfaat transformasi layanan secara langsung. Akan tetapi, apabila integrasi kelembagaan tidak disertai sistem digital yang andal dan pelayanan yang konsisten, manfaat merger mungkin belum sepenuhnya dirasakan oleh nasabah.

Umashankar et al. (2022) menunjukkan pentingnya mempertimbangkan kepuasan pelanggan dalam proses merger dan akuisisi. Di sisi lain, Davis (1989) menjelaskan pentingnya persepsi kegunaan dan kemudahan dalam penerimaan teknologi. Susanto et al. (2023) turut memberikan landasan mengenai peran kenyamanan, keamanan, dan kegunaan dalam pengalaman digital banking. Jika

dipadukan, literatur tersebut menunjukkan bahwa perubahan kelembagaan dan kualitas teknologi merupakan dua aspek yang dapat dikaji secara bersama-sama dalam menjelaskan kepuasan nasabah.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini menempatkan merger sebagai variabel independen pertama (X1), layanan digital banking sebagai variabel independen kedua (X2), dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y). Hubungan antarvariabel diuji melalui pendekatan kuantitatif menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS, sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dalam skripsi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh merger dan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini mengukur variabel melalui instrumen kuesioner dan menguji hipotesis berdasarkan analisis statistik. Variabel independen dalam penelitian ini adalah merger (X1) dan layanan *digital banking* (X2), sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah (Y). Pendekatan ini memungkinkan peneliti menguji arah dan signifikansi pengaruh antarvariabel berdasarkan data empiris (Sugiyono, 2018).

Penelitian dilaksanakan di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Muara Bungo M. Yamin, yang berlokasi di Jalan Prof. Muhammad Yamin, Bungo Barat, Kecamatan Pasar Muara Bungo, Kabupaten Bungo, Provinsi Jambi. Populasi penelitian mencakup nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin yang memiliki pengalaman terhadap layanan perbankan setelah merger dan menggunakan layanan *digital banking*. Sampel ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pemilihan responden yang ditemui secara kebetulan dan memenuhi kriteria penelitian. Adapun kriteria responden adalah nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin dan berusia minimal 17 tahun. Penentuan jumlah sampel dalam skripsi mengacu pada rumus Cochran karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti atau relatif besar.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Data sekunder diperoleh melalui buku, artikel jurnal ilmiah, dan sumber tertulis lain yang relevan dengan topik merger perbankan, layanan *digital banking*, dan kepuasan nasabah. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), cukup setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1). Penggunaan skala tersebut bertujuan mengukur persepsi responden secara sistematis sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif (Sugiyono, 2018).

Teknik analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Evaluasi *outer model* digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen melalui pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Selanjutnya, evaluasi *inner model* digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel, termasuk koefisien jalur dan kemampuan model dalam menjelaskan variabel kepuasan nasabah. Tahapan analisis ini digunakan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran dan model hubungan antarvariabel memenuhi kriteria evaluasi yang relevan.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS dengan memperhatikan nilai koefisien jalur, *t-statistic*, dan *p-value*. Pengaruh antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 pada taraf signifikansi 5%. Pengujian tersebut digunakan untuk menilai hipotesis mengenai pengaruh merger terhadap kepuasan nasabah serta pengaruh layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah. Interpretasi hasil dilakukan berdasarkan keluaran analisis statistik dan disesuaikan dengan rumusan hipotesis penelitian. Dengan demikian, kesimpulan penelitian didasarkan pada hasil pengujian empiris, bukan semata-mata pada asumsi teoretis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh merger dan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Data penelitian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa merger dan layanan *digital banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hubungan antarvariabel	**Koefisien jalur**	**T-statistic**	**P-value**	**Keputusan**
Merger → Kepuasan nasabah	0,606	6,499	0,000	Signifikan
Digital banking → Kepuasan nasabah	0,338	3,470	0,001	Signifikan

Berdasarkan data diatas, variabel merger memiliki koefisien jalur sebesar 0,606, nilai *t-statistic* sebesar 6,499, dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Sementara itu, variabel layanan *digital banking* memiliki koefisien jalur sebesar 0,338, nilai *t-statistic* sebesar 3,470, dan nilai *p-value* sebesar 0,001. Kedua variabel memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis

mengenai pengaruh positif dan signifikan merger maupun layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah didukung oleh hasil pengujian statistik.

Hasil tersebut juga memperlihatkan bahwa koefisien jalur merger lebih besar dibandingkan koefisien jalur layanan *digital banking*. Artinya, dalam model penelitian ini, merger menunjukkan hubungan langsung yang lebih kuat dengan kepuasan nasabah dibandingkan layanan *digital banking*. Interpretasi ini didasarkan pada perbandingan koefisien jalur yang tercantum dalam hasil analisis. Namun, perbandingan tersebut tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa perbedaan kekuatan kedua pengaruh signifikan secara statistik.

Pengaruh Merger terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa merger berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien jalur sebesar 0,606, nilai *t-statistic* sebesar 6,499, dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Karena nilai *t-statistic* melampaui batas 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05, hipotesis pertama didukung. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi nasabah yang lebih positif terhadap merger berkaitan dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Secara substantif, merger perbankan dapat dipahami sebagai upaya konsolidasi yang berpotensi meningkatkan kapasitas kelembagaan, memperluas jangkauan layanan, dan mendorong pengembangan produk. Dalam konteks BSI, penggabungan tiga bank syariah milik negara menjadi satu entitas memberikan landasan bagi penguatan layanan perbankan syariah. Akan tetapi, manfaat merger bagi nasabah bergantung pada sejauh mana perubahan organisasi tersebut diterjemahkan menjadi peningkatan kualitas pelayanan, kemudahan akses, serta kemampuan pegawai dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Temuan penelitian ini relevan dengan pembahasan Umashankar et al. (2022), yang menjelaskan bahwa merger dan akuisisi tidak selalu meningkatkan kepuasan pelanggan karena efisiensi organisasi dapat berlangsung bersamaan dengan penurunan kualitas pengalaman pelanggan. Oleh sebab itu, hasil positif dalam penelitian ini perlu dipahami dalam konteks persepsi responden terhadap pelaksanaan merger di BSI KCP Muara Bungo M. Yamin, bukan sebagai bukti bahwa setiap merger perbankan pasti meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian Khamidah (2023) mengenai merger dan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Malang Soetta juga relevan sebagai pembanding dalam mengkaji perubahan kelembagaan BSI dan pengalaman nasabah. Secara konseptual, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya mempertahankan manfaat merger melalui pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, dan konsistensi pelayanan. Dengan demikian, merger tidak cukup dinilai dari keberhasilan penggabungan organisasi, tetapi juga dari manfaat layanan yang dirasakan nasabah.

Pengaruh Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa layanan *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Koefisien jalur sebesar 0,338, nilai *t-statistic* sebesar 3,470, dan nilai *p-value* sebesar 0,001 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut memenuhi kriteria signifikansi pada taraf 5%. Dengan demikian, hipotesis kedua didukung oleh data penelitian. Hasil ini mengindikasikan bahwa penilaian yang lebih baik terhadap layanan digital berkaitan dengan peningkatan kepuasan nasabah.

Secara teoretis, temuan tersebut dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Model tersebut menempatkan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai faktor penting dalam penerimaan teknologi. Dalam layanan perbankan digital, aplikasi yang mudah digunakan dan bermanfaat bagi aktivitas transaksi dapat membantu nasabah menghemat waktu, mengurangi ketergantungan pada layanan di kantor cabang, dan mengakses layanan perbankan secara lebih fleksibel. Manfaat tersebut berpotensi membentuk pengalaman penggunaan yang lebih positif.

Temuan ini sejalan dengan kajian Jannah et al. (2020) mengenai kualitas *digital banking* dan kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh serta penelitian Mawardi dan Hasmawaty (2021) yang membahas pelayanan digital dan konvensional terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. Susanto et al. (2023) juga menyoroti pentingnya kenyamanan, keamanan, dan kegunaan dalam pengalaman nasabah menggunakan layanan perbankan digital. Literatur tersebut memberikan landasan untuk memahami bahwa manfaat digital banking tidak hanya ditentukan oleh keberadaan aplikasi, tetapi juga oleh kualitas pengalaman yang diperoleh nasabah ketika menggunakannya.

Meskipun demikian, layanan digital yang tersedia belum tentu menghasilkan kepuasan optimal apabila masih terdapat gangguan sistem, kegagalan masuk ke aplikasi, kendala aktivasi, atau transaksi yang tidak berjalan lancar. Karena itu, BSI perlu memastikan bahwa layanan digital dapat diakses secara stabil, memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan menyediakan mekanisme penanganan keluhan yang responsif. Penguatan aspek tersebut penting agar manfaat digitalisasi benar-benar dirasakan dalam aktivitas perbankan sehari-hari.

Perbandingan Pengaruh Merger dan Digital Banking

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa koefisien jalur merger sebesar 0,606 lebih besar daripada koefisien jalur layanan *digital banking* sebesar 0,338. Dalam model yang diuji, merger memiliki hubungan langsung yang lebih kuat dengan kepuasan nasabah dibandingkan layanan *digital banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap perubahan kelembagaan dan manfaat yang

berkaitan dengan merger merupakan aspek penting dalam menjelaskan kepuasan nasabah di lokasi penelitian.

Temuan tersebut perlu dibaca secara proporsional. Walaupun layanan *digital banking* memiliki koefisien jalur lebih kecil, pengaruhnya tetap positif dan signifikan. Artinya, kualitas layanan digital tetap menjadi salah satu aspek yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Perbedaan koefisien jalur juga tidak berarti bahwa bank dapat mengabaikan pengembangan layanan digital demi mengutamakan aspek merger. Kedua variabel merepresentasikan aspek yang berbeda: merger berkaitan dengan persepsi atas perubahan kelembagaan, sedangkan layanan digital berkaitan dengan pengalaman nasabah ketika menggunakan teknologi perbankan.

Dari perspektif manajerial, hasil penelitian ini mengisyaratkan perlunya strategi yang mengintegrasikan penguatan hasil merger dengan perbaikan kualitas layanan digital. Bank perlu mempertahankan manfaat perubahan kelembagaan, termasuk pengembangan produk dan peningkatan kualitas pelayanan, sekaligus memastikan aplikasi digital berfungsi secara andal dan mudah digunakan. Pendekatan terpadu tersebut relevan untuk menjaga kepuasan nasabah dalam lingkungan perbankan yang semakin mengandalkan teknologi.

Implikasi Hasil Penelitian

Secara praktis, hasil penelitian memberikan beberapa implikasi bagi pengelolaan layanan BSI KCP Muara Bungo M. Yamin. Pertama, bank perlu memastikan bahwa manfaat merger diterjemahkan ke dalam peningkatan kualitas pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Langkah ini dapat dilakukan melalui pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, peningkatan kompetensi pegawai, serta penyediaan informasi yang jelas mengenai layanan dan prosedur transaksi.

Kedua, bank perlu memperkuat kualitas layanan *digital banking* melalui peningkatan stabilitas aplikasi, kemudahan navigasi, keamanan transaksi, dan efektivitas penanganan keluhan. Perbaikan tidak seharusnya hanya berfokus pada penambahan fitur, tetapi juga pada kemampuan sistem menjalankan fungsi secara konsisten. Ketiga, evaluasi kepuasan nasabah perlu dilakukan secara berkala untuk mengidentifikasi aspek layanan yang masih membutuhkan perbaikan. Masukan nasabah dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengembangan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna.

Dari sisi akademik, penelitian ini memberikan bukti empiris pada konteks BSI KCP Muara Bungo M. Yamin bahwa persepsi terhadap merger dan layanan *digital banking* berhubungan positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah. Namun, generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati karena penelitian berfokus pada satu kantor cabang dan menggunakan teknik *accidental sampling*. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan lokasi, menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih representatif, serta menguji variabel lain seperti kualitas pelayanan,

kepercayaan, keamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh merger dan layanan *digital banking* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Muara Bungo M. Yamin, dapat disimpulkan bahwa merger berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian menggunakan SmartPLS 4 menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,606, *t-statistic* sebesar 6,499, dan *p-value* sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi positif nasabah terhadap merger berkaitan dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, manfaat merger perlu dipertahankan melalui peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk, perluasan akses layanan, dan penguatan kompetensi sumber daya manusia.

Layanan *digital banking* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,338, *t-statistic* sebesar 3,470, dan *p-value* sebesar 0,001. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan digital merupakan aspek penting dalam membentuk pengalaman nasabah. Kemudahan penggunaan, keandalan sistem, keamanan transaksi, dan kelancaran proses transaksi perlu terus ditingkatkan agar layanan digital dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara optimal.

Secara keseluruhan, kedua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Koefisien jalur merger yang lebih besar daripada koefisien layanan *digital banking* menunjukkan bahwa merger memiliki hubungan langsung yang lebih kuat dengan kepuasan nasabah dalam model penelitian ini. Meskipun demikian, kedua aspek tersebut tetap perlu dikelola secara terpadu. BSI KCP Muara Bungo M. Yamin disarankan untuk mempertahankan manfaat merger sekaligus meningkatkan kualitas layanan digital secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas lokasi dan karakteristik responden serta mempertimbangkan variabel lain, seperti kepercayaan, kualitas pelayanan, dan keamanan transaksi, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica, 2*(1), 49–63.

Bank Syariah Indonesia. (2021). *Informasi tentang kami*. https://www.bankbsi.co.id/

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user

acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Feranika, A., & Borroek, M. R. (2023). Pengaruh produk digital banking dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank 9 Jambi. [Detail jurnal, volume, nomor, dan halaman perlu diverifikasi].

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications.

Jannah, I. F., Djakfar, I., & Dianah, A. (2020). Pengaruh kualitas digital banking terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance, 2*(1), 1–17.

Khamidah, L. (2023). *Pengaruh merger dan digital banking terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang].

Maknuun, L., Zakaria, A. A., & Ikhafa, D. (2023). Pengaruh merger tiga bank syariah dan fintech terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Mojokerto Mojopahit 2 pada masa pandemi COVID-19. *8*(1). [Nama jurnal dan halaman perlu diverifikasi].

Mawardi, A., & Hasmawaty, A. R. (2021). Pengaruh pelayanan digital dan pelayanan konvensional terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2*(3), 126–137. https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i3.364

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research, 7*(3), 213–233. https://doi.org/10.1177/1094670504271156

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of market research*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15

Sicillia, M., & Yazid, A. (2020). Analisis dampak digital banking dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada sebuah bank swasta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3*(2), 79. [Rentang halaman perlu diverifikasi].

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susanto, S. A., Manek, M. V., Setiawan, R. A., & Mustikasari, F. (2023). Customer experience in digital banking: The influence of convenience, security, and usefulness on customer satisfaction and customer loyalty in Indonesia.

Devotion: Journal of Research and Community Service, 4(8), 1671–1685.

Umashankar, N., Bahadir, S. C., & Bharadwaj, S. (2022). Despite efficiencies, mergers and acquisitions reduce firm value by hurting customer satisfaction. *Journal of Marketing, 86*(2), 66–86. https://doi.org/10.1177/00222429211024255

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing, 60*(2), 31–46. https://doi.org/10.1177/002224299606000203

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research, 17*(4), 460–469. https://doi.org/10.1177/002224378001700405

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. https://doi.org/10.1177/002224378101800104

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*, 115–135. https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8