

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENGALAMAN NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PENGGUNA BJB DIGI MOBILE DI BANK BJB KCP BANGKIR

Abdul Malik¹, Samsul Anwar²Nurjanah Rahayuningsih³

¹²³Program Studi Manajemen, Universitas Wiralodra

¹malik300503@gmail.com, ²samsulanwarfe@unwir.ac.id, ³nurjanahfe@unwir.ac.id

ABSTRACT - This study aimed to determine the influence of service quality and customer experience on customer satisfaction among users of the bjb DIGI mobile application at Bank bjb KCP Bangkir. The research employed a quantitative approach with descriptive and associative methods. Data were collected using a questionnaire distributed to 100 respondents selected through incidental sampling during a 20-day data collection period. The analysis involved descriptive statistics and multiple linear regression.

The results show that service quality and customer experience both have a positive and significant influence on customer satisfaction. The dimension of assurance had the highest score in service quality, while responsiveness had the lowest. In customer experience, the action indicator ranked highest, and the thinking indicator was lowest. Customer satisfaction is mostly reflected in trust toward the service, with minimal complaints. The regression analysis confirms that both independent variables jointly explain 70.7% of the variation in customer satisfaction. These findings suggest that improving service quality and customer experience can significantly enhance satisfaction among digital banking users.

Keywords: service quality, customer experience, customer satisfaction, digital banking, bjb DIGI

ABSTRAK - Kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam layanan digital perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan pengalaman nasabah terhadap kepuasan pengguna aplikasi bjb DIGI di Bank BJB Kantor Cabang Pembantu Bangkir. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman nasabah berada dalam kategori baik. Indikator tertinggi pada kualitas layanan adalah jaminan, sedangkan yang terendah adalah ketanggapan. Pada pengalaman nasabah, indikator tertinggi adalah tindakan dan yang terendah adalah berpikir. Kepuasan nasabah juga berada dalam kategori baik, dengan indikator tertinggi berupa keyakinan bahwa layanan tidak mengecewakan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, kualitas layanan dan pengalaman nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dan dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan nasabah.

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan kualitas layanan dan pengalaman nasabah dapat meningkatkan kepuasan pengguna bjb DIGI.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah, Kepuasan Nasabah, Layanan Digital Perbankan, bjb DIGI.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mendorong transformasi layanan di sektor perbankan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan perbankan digital berbasis aplikasi mobile. Bank bjb merespons perubahan ini dengan menghadirkan aplikasi *bjb DIGI*, yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara mandiri melalui perangkat seluler. Berdasarkan data internal, jumlah pengguna aplikasi *bjb DIGI* meningkat dari 1,20 juta pada Triwulan I tahun 2023 menjadi 2,03 juta pada Kuartal II tahun 2024, mencerminkan pertumbuhan sebesar 36,4% dalam satu tahun terakhir.

Namun, peningkatan jumlah pengguna belum sepenuhnya mencerminkan kualitas layanan yang optimal. Hasil observasi awal di Bank bjb Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bangkir menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan dari nasabah terhadap aplikasi tersebut. Masalah-masalah yang sering dilaporkan meliputi gangguan dalam proses transaksi, error saat memuat informasi rekening, serta permintaan penggantian PIN dan kata sandi secara berkala yang menimbulkan ketidaknyamanan dan kekhawatiran terhadap

keamanan data pribadi. Masalah teknis semacam ini dapat memengaruhi pengalaman pengguna dan berdampak langsung pada tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan digital yang diberikan.

Kepuasan nasabah merupakan aspek penting dalam keberhasilan sistem layanan digital perbankan. Kepuasan ini tercermin dari persepsi nasabah terhadap kemudahan, kenyamanan, dan keandalan layanan, serta pengalaman keseluruhan saat menggunakan aplikasi. Dalam konteks ini, kualitas layanan dan pengalaman nasabah menjadi dua faktor utama yang diyakini memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi perbankan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan sebagai berikut: bagaimana kualitas layanan aplikasi *bjb DIGI* mobile; bagaimana pengalaman nasabah pengguna aplikasi tersebut; dan bagaimana tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan layanan digital ini. Selain itu, penelitian juga mengkaji apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, apakah pengalaman nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, serta apakah kualitas layanan dan pengalaman nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi *bjb DIGI* di KCP Bangkir.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah;
- H₂, pengalaman nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah;

- dan H₃, kualitas layanan dan pengalaman nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pengalaman nasabah terhadap kepuasan pengguna aplikasi *bjb DIGI* di Bank bjb KCP Bangkir.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu elemen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks layanan jasa seperti perbankan digital.

Menurut Lewis dan Booms dalam penelitian Hasibuan et al. (2023), menyatakan bahwa: “Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah”.

Menurut Tjiptono (2014) dikutip dalam penelitian Mandiri et al. (2021), menyatakan bahwa:

“Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk menyeimbangi harapan pelanggan”

Selanjutnya, Parasuraman et al. (1988), yang dikutip dalam buku Rifa'i (2023), menyatakan bahwa:

“Kualitas jasa dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara jasa yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya”.

Berdasarkan definisi dari ketiga ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, kualitas layanan adalah

ukuran seberapa bagus/unggul tingkat layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara yang tepat, efektif dan efisien. Jika layanan yang diterima melebihi ekspektasi, maka kualitas dianggap tinggi; sebaliknya, jika layanan yang diberikan di bawah ekspektasi, maka kualitas dianggap rendah.

Parasuraman (1988) dalam penelitian Astuti et al. (2020) mengemukakan lima dimensi utama dalam model SERVQUAL yang digunakan untuk menilai kualitas layanan jasa. Indikator tersebut meliputi:

- (1) Bukti Fisik (*Tangible*)
- (2) Keandalan (*Reliability*)
- (3) Ketanggapan (*Responsiveness*)
- (4) Jaminan (*Assurance*)

Pengalaman Nasabah

Pengalaman nasabah merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi dan kepuasan terhadap layanan jasa, terutama dalam sektor perbankan digital.

Menurut Susanto et al. (2023) dalam penelitian Winarto et al. (2025), menyatakan bahwa:

“Pengalaman nasabah menangkap seluruh respons yang datang dari interaksi nasabah dengan penyedia layanan, mempengaruhi aspek baik kognitif maupun aspek emosional”.

Menurut Dewi & Nugroho (2020), dikutip dalam penelitian Debora & Marthadinata, (2024), menyatakan bahwa:

“*Customer experience* merupakan kesan yang dirasakan oleh nasabah dari interaksi langsung atau tidak langsung dengan perusahaan sebelumnya”

Menurut Schmitt (1999) dikutip dalam penelitian Arbania, (2024), menyatakan bahwa:

“*Customer experience* (pengalaman pelanggan) yaitu suatu peristiwa yang dirasakan oleh individu yang dapat memberikan kesan yang berarti bagi pelanggan. Kesan yang baik dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang baik, pengalaman yang baik dapat membuat pelanggan puas. Sebaliknya jika pengalaman yang dirasa pelanggan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas”

Berdasarkan definisi dari ketiga ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *customer experience* (pengalaman pelanggan) dalam konteks kepuasan nasabah pengalaman nasabah merupakan keseluruhan respons, kesan, dan perasaan yang dialami nasabah akibat interaksi mereka dengan perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kesan positif yang tercipta dari interaksi yang memadai dapat meningkatkan kepuasan nasabah, sedangkan ketidakcocokan antara harapan dan kenyataan dapat menyebabkan ketidakpuasan.

Lebih lanjut, Schmitt dalam penelitian Ainurrochimah & Mahendri, (2023) mengemukakan lima dimensi utama yang menjadi indikator *customer experience*, yaitu:

- (1) *sense* (pengalaman berdasarkan panca indra),
- (2) *think* (rangsangan kognitif dan intelektual),
- (3) *feel* (respons emosional atau perasaan),
- (4) *act* (respons perilaku atau tindakan pelanggan),
- (5) *relate* (keterhubungan sosial)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan layanan perbankan digital.

Menurut Mowen dan Minor (2002) dikutip dalam penelitian Ismulyaty et al., (2022), menyatakan bahwa:

“Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya”

Menurut Kotler dan Keller dikutip dalam penelitian Samuel Jolin & Blasius Manggu, (2023), menyatakan bahwa:

“Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”

Sejalan dengan itu, Cavalera dan Soliha (2019), dalam buku yang disusun oleh Astriyanti et al. (2023), menjelaskan bahwa:

“Kepuasan pelanggan adalah hasil dari evaluasi purna beli terhadap persepsi kinerja suatu produk atau jasa, yang dibandingkan dengan harapan pelanggan. Jika kinerja yang dirasakan sama atau lebih tinggi dari yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas”

Lebih lanjut, menurut Cavalera dan Soliha dalam Astriyanti et al. (2023), terdapat lima indikator utama dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan:

- (1) nasabah merasa senang menggunakan layanan,
- (2) berdasarkan pengalaman, nasabah puas menggunakan layanan,
- (3) layanan telah memenuhi harapan nasabah,
- (4) secara keseluruhan nasabah percaya bahwa layanan tidak mengecewakan, dan
- (5) nasabah tidak mengajukan komplain terhadap layanan.

METODE PENELITIAN

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif.

Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank bjb KCP Bangkir yang menggunakan aplikasi *bjb DIGI*.

Teknik Pengambilan Sampel

Karena tidak tersedia data pasti jumlah pengguna aktif di tingkat cabang, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling*.

Sampel

Sampel terdiri dari 100 responden yang bersedia mengisi kuesioner selama periode pengumpulan data selama 20 hari.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), analisis korelasi sederhana dan berganda, analisis regresi linear sederhana dan berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2), dengan bantuan software SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian terhadap variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan pengalaman nasabah, menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Artinya, setiap item dalam

kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud dan layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel melebihi 0,60, yang menandakan bahwa instrumen bersifat reliabel dan jawaban responden konsisten.

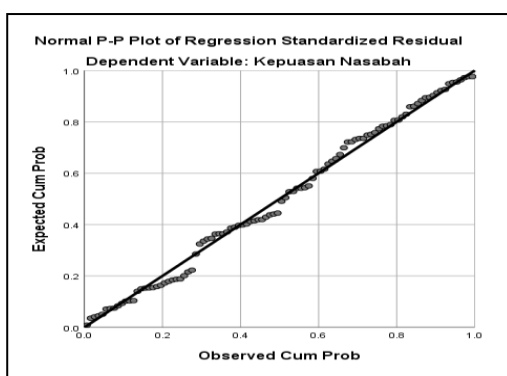
Analisis Data

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan penilaian apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika distribusi residual normal, maka model regresi dapat memberikan estimasi yang valid dan tidak bias.

Hasil uji statistik normalitas didukung oleh grafik *normality plot* yang menunjukkan bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut.

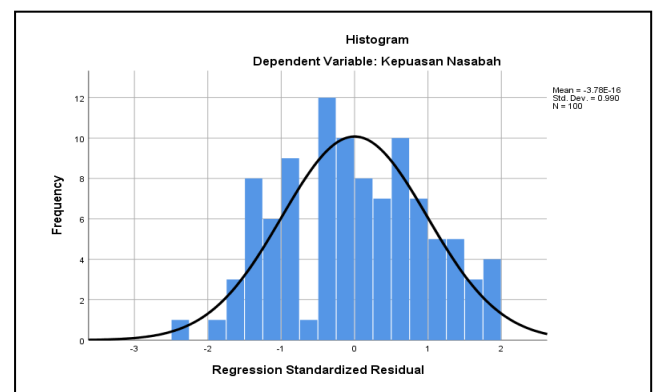
Gambar 1
Grafik Normality Plot



Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Berdasarkan hasil histogram residual menunjukkan distribusi residual yang menyerupai kurva normal, dengan mean mendekati nol dan standar deviasi 0,990. Hal ini mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Gambar 2
Histogram Residual



Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Selain itu, hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai sebesar 0,065 dengan nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 2
Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Test Statistic	.065
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

maka dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Apabila ditemukan korelasi antar variabel bebas, maka dapat dikatakan bahwa model mengalami masalah multikolinearitas.

Diperoleh nilai *tolerance* untuk kedua variabel independen lebih dari 0,1, yaitu sebesar 0,424.

Selain itu, nilai VIF masing-masing variabel adalah 2,356, yang masih di bawah batas toleransi umum sebesar 10.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B		Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.974	2.172		1.830	.070		
Kualitas Layanan	.549	.097	.478	5.667	.000	.424	2.356
Pengalaman Nasabah	.429	.086	.419	4.970	.000	.424	2.356

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

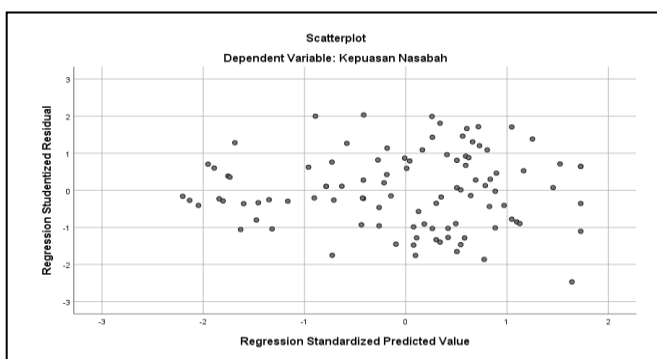
Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi ini, sehingga asumsi uji multikolinearitas telah terpenuhi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi adanya perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang ideal adalah yang menunjukkan varians residual yang konstan atau bersifat homoskedastisitas. Jika ditemukan ketidaksamaan varians maka hal tersebut dapat memengaruhi validitas dan keandalan hasil estimasi regresi.

Melalui grafik *Scatter Plot* menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar 2
Grafik Scatter Plot



Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Selain menggunakan *scatter plot* digunakan uji *Spearman's Rho* yang memperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) dari korelasi antara residual tidak terstandarisasi dengan variabel independen yaitu Kualitas Layanan sebesar 0,747, dan Pengalaman Nasabah sebesar 0,638. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05.

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations					
	Kualitas Layanan	Pengalaman Nasabah	Unstandardized Residual		
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.716**	.033	
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.747	
	N	100	100	100	
Pengalaman Nasabah	Correlation Coefficient	.716**	1.000	.048	
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.638	
	N	100	100	100	
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.033	.048	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.747	.638	.	
	N	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Analisis Korelasi

Analisis Korelasi Sederhana

Diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,796 antara Kualitas Layanan (X_1) dan Kepuasan Nasabah (Y) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,781 antara Pengalaman Nasabah (X_2) dan Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa keduanya bersifat positif dan kuat (searah).

Tabel 5
Hasil Uji Korelasi X_1 terhadap Y

Correlations			
		Kepuasan Nasabah	Kualitas Layanan
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	1	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Tabel 6
Hasil Uji Korelasi X_2 terhadap Y

Correlations			
		Kepuasan Nasabah	Kualitas Layanan
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	1	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Analisis Korelasi Berganda

Diperoleh nilai R sebesar 0,841, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat secara simultan antara variabel Kualitas Layanan dan Pengalaman Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 7
Hasil Uji Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.841 ^a	.707	.701	4.096	.707	117.266	2	97	.000

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Nasabah, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Analisis Regresi Linear

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk hasil persamaan linear sederhana dijabarkan melalui hasil berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X_1 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t
1	(Constant)	8.203	2.227		3.684
	Kualitas Layanan	.915	.070	.796	12.999

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Berdasarkan output regresi linear sederhana, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 8,203 + 0,915$$

Maka, variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,915.

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana X_2 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t
1	(Constant)	7.534	2.386		3.158
	Pengalaman Nasabah	.801	.065	.781	12.395

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Berdasarkan output regresi linear sederhana, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 7,534 + 0,801$$

Maka, variabel Pengalaman Nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,801.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk hasil persamaan linear berganda dijabarkan melalui hasil berikut:

Tabel 10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t
1	(Constant)	3.974	2.172		1.830
	Kualitas Layanan	.549	.097	.478	5.667
	Pengalaman Nasabah	.429	.086	.419	4.970

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS.26 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3,974 + 0,549 X_1 + 0,429 X_2$$

Berdasarkan hasil uji analisis persamaan linear berganda yang berfungsi untuk mengukur besar hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) menunjukkan bahwa variabel

Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah karena memiliki nilai koefisien tertinggi yaitu sebesar 0,549. Sedangkan pada variabel Pengalaman Nasabah memiliki nilai koefisien sebesar 0,429.

Hipotesis Statistika

Uji T

Menurut Sugiyono, (2022), menyatakan bahwa: “Pengujian hipotesis dimaksudkan sebagai cara untuk menentukan apakah suatu hipotesis tersebut sebaiknya diterima atau ditolak”

Dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak

Hasil uji t menunjukkan semua nilai t-hitung pada setiap variabel lebih besar daripada t-tabel (1,985) dengan nilai signifikan kurang dari 0,05, pada variabel kualitas layanan diperoleh t-hitung (5,667) dan nilai signifikansi 0,000. Sementara pada variabel Pengalaman Nasabah (X_2) diperoleh t-hitung (4,970) dan nilai signifikansi 0,000. Artinya H_1 dan H_2 diterima.

Tabel 11
Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.974	2.172	1.830	.070
	Kualitas Layanan	.549	.097	5.667	.000
	Pengalaman Nasabah	.429	.086	4.970	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan memiliki signifikansi. Apabila hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dibuktikan bahwa variabel

cukup signifikan untuk menjelaskan variabel tersebut.

Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan pada hasil output ANOVA diatas diperoleh nilai f-hitung sebesar 117,266 dan angka signifikan 0,000 lebih kecil (0,05) hal ini berarti H_3 diterima. Artinya variabel Kualitas Layanan (X_1) dan Variabel Pengalaman Nasabah (X_2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3935.309	2	1967.654	117.266	.000 ^b
	Residual	1627.601	97	16.779		
	Total	5562.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pengalaman Nasabah, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Diperoleh nilai R Square sebesar 0,633, yang menunjukkan bahwa 63,3% variasi dalam Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh Kualitas Layanan (X_1) melalui analisis regresi sederhana. Sisanya sebesar 36,7% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Tabel 13
Hasil Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.633	.629	4.565

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Koefisien Determinasi Pengalaman Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah

Diperoleh nilai R Square sebesar 0,611, yang menunjukkan bahwa 61,1% variasi dalam Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh Pengalaman Nasabah (X_2) melalui analisis regresi sederhana. Sisanya sebesar 38,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Tabel 14
Hasil Koefisien X_2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.611	.607	4.702
a. Predictors: (Constant), Pengalaman Nasabah				

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

Koefisien Determinasi Kualitas Layanan dan Pengalaman Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas (Kualitas Layanan dan Pengalaman Nasabah) dalam menjelaskan variabel terikat (Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 70,7%. Sedangkan sisanya sebesar 29,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 8.
Hasil Koefisien Determinasi X_1 , X_2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.841 ^a	.707	.701	4.096
a. Predictors: (Constant), Pengalaman Nasabah, Kualitas Layanan				

Sumber: Hasil olah data SPSS.26

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman nasabah memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *bjb DIGI* di Bank bjb KCP Bangkir. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun pengalaman nasabah dinilai dalam kategori “baik” oleh responden. Pada dimensi kualitas layanan, indikator jaminan memperoleh skor tertinggi, sementara ketanggapan memperoleh skor terendah. Sementara itu, dalam variabel pengalaman nasabah, aspek tindakan menjadi yang paling menonjol, sedangkan aspek berpikir dinilai paling rendah. Kepuasan nasabah juga dikategorikan baik, dengan tingkat kepercayaan terhadap layanan sebagai aspek yang paling kuat, dan minimnya komplain menjadi aspek dengan skor terendah.

Secara statistik, kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji t yang menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, serta nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa sebagian besar variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Begitu pula dengan pengalaman nasabah, yang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dengan kontribusi yang juga besar terhadap variabel dependen. Secara simultan, kedua variabel independen, yaitu kualitas layanan dan pengalaman nasabah, memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 70,7%.

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan pengalaman nasabah secara bersamaan akan berdampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan,

khususnya pengguna aplikasi *bjb DIGI* di bank bjb KCP Bangkir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrochimah, R., & Mahendri, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Trust Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kabupaten Jombang. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 1097–1111.
- Arbania, V. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer Experience terhadap Kepuasan Pelanggan di Bioskop CGV Teras Kota. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 4(1), 75–88. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v4i1.39155>
- Astriyanti, N. L. D., Giantiri, I. G. A. K., Rastini, N. M., & Wardana, I. M. (2023). *Kepuasan Nasabah Pada Lembaga Keuangan Non Bank: Lembaga Perkreditan Desa* (M. A. Wardana (ed.)). CV. Intelektual Manifes Media.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Debora, S., & Marthadinata, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Central Asia, Tbk Di Cabang Kutabumi Tangerang. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 2(4), 1211–1222. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>
- Hasibuan, D. H., Marpaung, B. S., Magdalena, A., & Afiani, N. S. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Sinarmas Tbk Cabang Bogor). *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(4), 1772–1787. <http://doi.org/10.33395/remik.v7i4.12991>
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 66–75. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117>
- Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account*, 8(1), 1423–1430. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (1st ed.). UIN KHAS Press.
- Samuel Jolin, & Blasius Manggu. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Mobile Banking Dan Kualitas Pelayanan Pada Bank BRI Cabang Bengkayang Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 11–25.

<https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i4.163>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif , Dan R&D* (27th ed.). ALFABETA.

Winarto, A., Andrew, R., & Jakarta, U. T. (2025). Pengaruh Pengalaman Nasabah dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Permata TBK. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 01–11.