

## Pengaruh E – Servqual Dan Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Btn Syariah

Anatasya Maharani<sup>1</sup>, Dodie Tricahyono<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia  
[anatasymaharani@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:anatasymaharani@student.telkomuniversity.ac.id)

<sup>2</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia  
[dodietricahyono@telkomuniversity.ac.id](mailto:dodietricahyono@telkomuniversity.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh kualitas layanan elektronik (E-SERVQUAL) dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada layanan mobile banking BTN Syariah. Dengan perkembangan teknologi digital, mobile banking menjadi pilihan utama untuk efisiensi dan kenyamanan transaksi perbankan. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 100 responden pengguna aktif mobile banking BTN Syariah. E-SERVQUAL, yang meliputi efisiensi, keandalan, responsivitas, kenyamanan, keamanan, dan kemudahan, digunakan sebagai variabel independen, sementara loyalitas nasabah sebagai variabel dependen dan kepuasan nasabah sebagai mediator.

Hasil penelitian menunjukkan E-SERVQUAL berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas nasabah. Disarankan agar BTN Syariah terus meningkatkan kualitas layanan digital untuk memperkuat loyalitas nasabah.

**Kata kunci:** E-SERVQUAL, kepuasan nasabah, loyalitas, mobile banking, BTN Syariah.

### I. PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 telah memperlihatkan perubahan yang sangat besar dalam berbagai sektor salah satunya pada sektor industri perbankan. Sebelum adanya Transformasi digital ini, masyarakat masih harus bertransaksi dengan melakukan diberbagai kantor cabang yang ada ada daerah tersendiri. Namun sekarang telah hadir dengan cara bertransaksi secara online melalui *mobile banking*, sehingga para nasabah tidak perlu datang dan dapat mempermudah bertransaksi dengan cepat dan aman.

Studi terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa dampak transformasi digital terhadap profit bank sangat ditentukan oleh strategic alignment antara visi jangka panjang, alokasi kapabilitas internal, dan pengelolaan sumber daya ala Resource-Based View (RBV) (Daeli & Wedari, 2025). Perkembangan industri ini telah membawa sektor perbankan semakin mengutamakan kemudahan mengakses seperti *mobile banking*. Sejalan dengan hal ini perkembangan teknologi memiliki tujuan untuk memajukan masyarakat bertransaksi secara lebih efisiensi dan praktis. Keunggulan dari *mobile banking* ini adalah selama perangkat smartphone terhubung dengan internet, maka para nasabah dapat melakukan transaksi dimana dan kapan saja selama 24 jam.

Dengan demikian, perbaikan layanan BTNS Mobile seharusnya tidak hanya dianggap sebagai reaksi jangka pendek terhadap masalah teknis. Analisis bibliometrik 2000–2024 menunjukkan bahwa diferensiasi layanan digital, pengalaman nasabah, dan integrasi teknologi merupakan tema-tema utama yang paling kuat dalam membangun keunggulan kompetitif bank di era digital (Judijanto, Novitasari, & Arini, 2025).

Sehingga, Bank BTN Syariah ikut serta dalam memunculkan aplikasi BTNS Mobile dengan tujuan mempermudah para nasabah dalam mengakses layanan dengan secara cepat, dan aman melalui smartphone. Namun, ada Beberapa tantangan yang perlu dihadapi, seperti adanya keluhan dari para nasabah mengenai fitur yang sangat tertinggal jauh oleh aplikasi mobile lainnya.

Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi layanan digital di BTN Syariah. Maka dari itu dilakukanlah penelitian dengan judul “Pengaruh E – Servqual dan kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Syariah”.

#### B. Pertanyaan Penelitian

"Namun, penelitian Rezeki et al. (2023) yang menguji model serupa pada BSI Banda Aceh belum mengkaji loyalitas nasabah sebagai keunggulan kompetitif dalam konteks manajemen strategis dan belum melibatkan BTN Syariah sebagai unit usaha syariah BUMN."

Adapun terdapat beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap dimensi E-Servqual Mobile Banking BTN Syariah?
2. Sejauh mana E-Servqual Mobile Banking berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebagai sumber keunggulan bersaing?
3. Apakah kepuasan nasabah memediasi pengaruh E-Servqual terhadap loyalitas, dan bagaimana hubungan ini mendukung diferensiasi layanan digital?
4. Bagaimana hasil hubungan antar variabel tersebut dapat dimanfaatkan oleh manajemen BTN Syariah untuk merancang strategi berbasis loyalitas dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan?

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Tinjauan Pustaka Penelitian

#### 1. Manajemen Strategik dan Keunggulan Bersaing Berbasis Loyalitas Nasabah

Pendekatan ini sejalan dengan gagasan strategic alignment (Henderson & Venkatraman, 1993) dan kerangka competitive advantage dalam manajemen strategik (David et al., 2020).

Membangun loyalitas dengan ini mampu menjadikan target utama dalam hal menyamakan Transformasi digital pada zaman sekarang.

#### 2. Mobile Banking

(Rosyid, Ariyanty, and Kusumahadi 2019) Mobile Banking adalah merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau Smartphone.

Mobile banking (m-banking) dapat bermanfaat bagi masyarakat dengan memberikan solusi secara cepat dan aman tanpa harus melakukan secara langsung berada ditempat.

#### 3. E – SERVQUAL

Menurut Alamsyah dan Rachmadiansyah (2018) “kualitas layanan dapat dimaknai sebagai suatu kerangka pemikiran yang digunakan untuk mengevaluasi layanan berdasarkan persepsi terhadap kinerja yang diterima.”

Model E-Servqual akan memenuhi ekspektasi dari para nasabahnya, sehingga para nasabah akan meningkatkan kepuasannya melalui pengalaman yang baik melalui layanan. Dengan hal ini, sector perbankan harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan para nasabah.

#### 4. Pengertian Layanan

(Ismulyaty, Nurmaini, and Roni 2022) layanan dapat dimaknai sebagai suatu bentuk aktivitas atau tindakan yang bersifat abstrak dan tidak akan menyebabkan terjadinya alih kepemilikan, tetapi dapat diserahkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya.

Adanya hal ini akan melengkapi seluruh maksud dari para nasabah dengan sesuai harapan mereka tentang jasa yang diberikan, sehingga mampu dapat mengefisiensi pengalaman pelayanan.

#### 5. Strategi Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

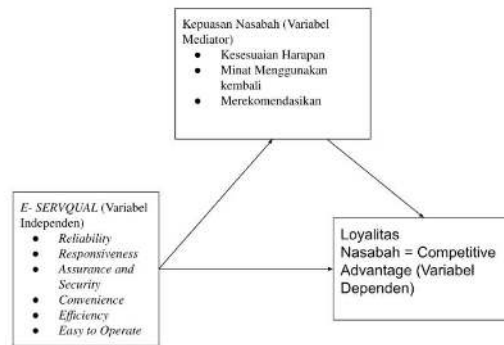
(Rafiudin; Syafrudin; Nurmaesyarah and Husniah 2023) kepuasan merupakan kondisi emosional yang muncul sebagai hasil dari evaluasi atas kesesuaian antara performa suatu produk dengan ekspektasi awal konsumen. Dapat dikatakan bahwa Menentukan kepuasan sangat harus meyakinkan strategi yang mampu bersaing.

#### 6. Loyalitas

Loyalitas nasabah merupakan komponen yang sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan demi menjaga hubungan yang erat dengan para nasabah.

(Anggraeni and Yasa 2012) loyalitas merepresentasikan kondisi yang ideal bagi para pemasar, ditandai dengan sikap positif yang ditunjukkan pelanggan terhadap penyedia jasa serta perilaku pembelian ulang secara berkesinambungan.

### B. Kerangka Pemikiran



### C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran pada penelitian ini maka terdapat 4 hipotesis:

1. H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-Servqual Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah bank BTN Syariah.
2. H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara E-Servqual Mobile Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Nasabah bank BTN Syariah.
4. H4: Apakah Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh E-Servqual Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah bank BTN Syariah.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian
  - a. Variabel dalam penelitian ini adalah *E – SERVQUAL*.
  - b. Variabel Mediasi adalah kepuasan pelanggan *mobile banking* BTN Syariah.
  - c. Loyalitas Nasabah BTN Syariah sebagai pengguna *mobile banking* BTN Syariah.

### 2. Waktu Dalam Penelitian

Waktu penelitian ini dalam menyebarkan kuesioner adalah mulai dari April 2025 sampai dengan Mei 2025.

### B. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik pengguna *Mobile Banking* yang dijadikan peneliti untuk sampel penelitian ini adalah:

- a. Terdaftar sebagai nasabah BTN Syariah.
- b. Aktif menggunakan layanan *mobile banking* minimal kurang lebih 6 bulan terakhir.
- c. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

### 1. Skala Pengukuran

Dalam merancang penelitian ini skala yang digunakan adalah tersusunnya Beberapa pertanyaan dengan jenis skala yang digunakan. Skala pada penelitian ini yang telah digunakan adalah skala likert yang sudah ada ada penelitian ini dan telah ditetapkan oleh peneliti, dengan memberikakn skor jawaban dari terendah ke tertinggi.

### 2. Pengumpulan Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini telah menetapkan jenis pengumpulan data adalah data swkunder dan primer.

### 3. Teknik Analisis Data

Seluruh rangkaian analisis statistik yang dilaksanakan mulai dari deskriptif, asumsi klasik, regresi berganda, hingga pengujian F dan t tidak semata ditujukan untuk menguji hubungan antar variabel secara teknis.

Teknik analisis data yang digunakan untuk dapat menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai untuk melihat seberapa pengaruh setiap pertanyaan dengan melihat gambaran yang akan diamati. Dengan t hitung yang jau leih besar dengan standar yang telah dicantumkan.

b. Uji Validitas E-Servqual (X)

$P = (18 : 18 \times 100\%) = 100\%$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel diatas dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (M)

$P = (6 : 6 \times 100\%) = 100\%$ . Sehingga, Dapat dikatakan dengan hasil diatas bahwa variabel dinyatakan sangat berpengaruh.

d. Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

$P = (4 : 4 \times 100\%) = 100\%$ . Dapat dikatakan dengan hasil diatas bahwa variabel dinyatakan sangat berpengaruh.

4. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dapat disimpulkan bahwa data akan simultan Terhadap seluruh pertanyaan yang variabel lebih. Pada uji ini menggunakan software SPSS Versi 25.

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| .979                   | 28         |

**Gambar 3. 1 Hasil Reliabilitas**

*Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)*

Hasil R Tabel (dengan  $df = 98$  atau  $n = 100$ ) ;  $0,1 = 0,165$  Kesimpulan:

Telah didapatkan bahwa Variabel X, M, dan Y mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi.

5. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan cara olah data untuk mengolah data, dengan menghasilkan tentang kriteria data. Dalam penerapnya bertujuan untuk mengamati uji dari hipotesis data yang telah ada pada sample tertentu.

Sebab itu, analisis ini menampilkan tentang pemahaman yang luas terhadap suatu data, dengan mengikuti langkah-langkah dalam analisis sebagai berikut:

- Menjadikan seluruh jumlah karakteristik menggunakan rumus sebagai berikut:
- Menganalisis dengan jumlah seluruh karakter yang telah ditetapkan dengan formula:
- Melakukan penempatan dengan arah memberi ilustrasi tentang variabel responden.
- Menetapkan perbandingan jumlah seluruh nilai pada tingkatan, digunakan rumus sebagai berikut:

Menetapkan respon berlanjut dengan menambahkan perbandingan dengan rentang mulai dari tertinggi ke terendah. Menentukan titik garis dari setiap variabel.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang dipakai didalam penelitian ini untuk memperkirakan adanya perubahan antara variabel terikat kepada dua atau lebih variabel bebas dengan secara simultan. Dengan rumus:

7. Uji Hipotesis

Struktur dari uji penelitian ini, untuk melihat korelasi antara kedua variabel dengan menetapkan hipotesis nol. Rancangan pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Proses uji hipotesis dimulai dengan menetapkan hipotesis nol dan hipotesis alternatif, diikuti dengan perhitungan nilai statistik dan penentuan tingkat signifikansi.

8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk melihat seberapa besar persentase pengaruh antara seluruh variabel. Proses pengujian hipotesis dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Langkah-langkah dalam merancang uji hipotesis mencakup penetapan hipotesis nol dan alternatif, perhitungan statistik, serta penentuan tingkat signifikansi.

9. Uji Parsial T

Uji parsial melihat seberapa signifikan variabel X dan M Terhadap variabel Y. Hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji dampak E-Servqual dan Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada BTN Syariah.

#### 10. Uji Simultan (F)

Telah dilakukan uji ini untuk mengetahui seberapa signifikan hubungan antara variabel. Dengan cara memastikan bahwa model regresi sangat berpengaruh terhadap hubungan antara variabel secara simultan dan parsial. Hasil temuan yang menunjukkan hubungan yang signifikan dan konsisten antara kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas menandakan adanya pola perilaku pelanggan yang berulang. Dalam perspektif yang lebih luas, pola ini tidak hanya mencerminkan keterikatan fungsional, tetapi juga bisa dianggap sebagai bagian dari kapabilitas strategis yang bernilai.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakter Responden

Berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan pada penelitian ini dengan jumlah sampel 100 responden.

#### B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini agar mengetahui penjelasan tentang persepsi dari 400 responden dengan judul penelitian “Pengaruh E - Servqual Dan Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BTN Syariah”.

#### C. Hasil Penelitian

Data yang telah terkumpul, kemudian akan diuji melalui regresi linier berganda agar melihat antara variabel.

##### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

##### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji ini digunakan sebelum menganalisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik meliputi:

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas diunakan sebagai cara menilai adanya data berdistribusi dengan normal.

Hasil Uji Normalitas

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |  | Unstandardized Residual |
|------------------------------------------|--|-------------------------|
| N                                        |  | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         |  |                         |
| Mean                                     |  | .0000000                |
| Std. Deviation                           |  | 1.5082424 <sup>c</sup>  |
| Most Extreme Differences                 |  |                         |
| Absolute                                 |  | .071 <sup>d</sup>       |
| Positive                                 |  | .066                    |
| Negative                                 |  | -.071                   |
| Test Statistic                           |  | .071                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>      |  | .200 <sup>f</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>g</sup> |  |                         |
| Sig.                                     |  | .250                    |
| 90% Confidence Interval                  |  |                         |
| Lower Bound                              |  | .239                    |
| Upper Bound                              |  | .262                    |

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.  
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Dari penelitian diatas dapat dihasilkan nilai Asymp.Sig sebesar 0,200 > 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

##### b. Uji Multikolinieritas

Penelitian ini berkaitan dengan adanya hubungan yang berpengaruh antara seluruh variabel bebas dengan model regresi.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Multikolonieritas

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |        |       |                         |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |       | Collinearity Statistics |       |
| Model                     |                    | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig.  | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)         | .370                        | .579       |                           | .639   | .525  |                         |       |
|                           | E-SERVQUAL         | .218                        | .009       | .928                      | 24.609 | <.001 | 1.000                   | 1.000 |
| 2                         | (Constant)         | .132                        | .555       |                           | .237   | .813  |                         |       |
|                           | E-SERVQUAL         | .147                        | .022       | .625                      | 6.521  | <.001 | .140                    | 7.160 |
|                           | Kepuasan Pelanggan | .224                        | .066       | .327                      | 3.408  | <.001 | .140                    | 7.160 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Didapatkan nilai VIFsebesar 7,160 menunjukan bahwa variabel X dan variabel M dengan nilai tolerance > 0,1 sehingga dikatakan tidak uji multikolonieritas pada kedua variabel.

c. Uji Heteroskedastisitas  
Uji ini memperlihatkan apakah ada hubungan antara variabel bebas dan mediasi dengan nilai absolut > 0,1.

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |      |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig. |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |      |      |
| 1                         | (Constant)         | .313                        | .348       |                           | .899 | .371 |
|                           | E-SERVQUAL         | .013                        | .014       | .237                      | .900 | .370 |
|                           | Kepuasan Pelanggan | .001                        | .041       | .009                      | .035 | .973 |

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil olah data diatas bahwa nilai variabel X sebesar 0,371, variabel M sebesar 0,973. Dapat disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas.

2. Analisis Deskriptif

| Descriptive Statistics |     |         |         |         |                |
|------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| E-SERV                 | 100 | 24.00   | 81.00   | 62.9000 | 18.21560       |
| KEPUASAN               | 100 | 6.00    | 29.00   | 21.0000 | 6.22475        |
| LOYALITAS              | 100 | 4.00    | 19.00   | 14.0700 | 4.27644        |
| Valid N (listwise)     | 100 |         |         |         |                |

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Dilihat dari hasil diatas menunjukan ahwa nilai mean lebih besar dari standar deviasi, dapat disimpulkan bahwa data relative homogen.

1. Uji Regresi Linier Berganda

Gambar 4. 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                     |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|                           |                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                         | (Constant)         | .132                        | .555       |                           | .237  | .813  |
|                           | E-SERVQUAL         | .147                        | .022       | .625                      | 6.521 | <.001 |
|                           | Kepuasan Pelanggan | .224                        | .066       | .327                      | 3.408 | <.001 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil persamaan dari table diatas regresi linier, yaitu:

a) Nilai Koefisien X (E-Servqual) yang memperlihatkan bahwa jika E-Servqual mengalami kenaikan maka loyalitas akan mengalami peningkatan.

b) Nilai koefisien M (Kepuasan Pelanggan) mengatakan bahwa kepuasan akan mengalami peningkatan maka loyalitas pun meningkat.

## 2. Uji Regresi Parsial (Uji T)

### a. Variabel E-Servqual (X) Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Gambar 4. 5 Hasil Uji T

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |        |       |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|                           |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |       |
| Model                     |            | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig.  |
| 1                         | (Constant) | .370                        | .579       |                           | .639   | .525  |
|                           | E-SERVQUAL | .218                        | .009       | .928                      | 24.609 | <.001 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Didapatkan hasil diatas, memperlihatkan t hitung sebesar t hitung 24, 609 dengan nilai sig < 0,1. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang terbukti bahwa adanya pengaruh antara E-Servqual dengan loyalitas nasabah.

### b. Variabel E-Servqual (X) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (M)

Gambar 4. 37 Hasil Uji T

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                                  |            |                                   |        |       |                                          |
|---------------------------|------------|----------------------------------|------------|-----------------------------------|--------|-------|------------------------------------------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients<br>B | Std. Error | Standardized Coefficients<br>Beta | t      | Sig.  | Collinearity Statistics<br>Tolerance VIF |
| 1                         | (Constant) | 1.083                            | .944       |                                   | 1.255  | .211  |                                          |
|                           | E-SERVQUAL | .317                             | .013       | .928                              | 24.570 | <.001 | 1.000 1.000                              |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Diatas menunjukkan hasil t hitung sebesar 24, 570 dengan nilai sig < 0,1, dapat dikatakan dan disimpulkan bahwa interpretasi nya bahwa adanya pengaruh signifikan dan positif antara E-Servqual dengan kepuasan pelanggan.

### c. Variabel Kepuasan Pelanggan (M) Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Gambar 4. 6 Hasil Uji T

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |        |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
|                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |
| Model                     |                    | B                           | Std. Error | Beta                      | t      |
| 1                         | (Constant)         | .997                        | .643       |                           | 1.551  |
|                           | Kepuasan Pelanggan | .623                        | .029       | .906                      | 21.207 |
|                           |                    |                             |            |                           | <.001  |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Didapatnya hasil diatas t hitung 21,207 dengan menunjukkan bahwa nilai sig sebesar <0,1, sehingga didapatkan adanya pengaruh positif antara variabel kepuasan pelanggan dengan loyalitas nasabah.

## 3. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Gambar 4. 7 Hasil Uji F

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |         |                    |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |
| 1                  | Regression | 1585.305       | 2  | 792.653     | 341.411 | <.001 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 225.205        | 97 | 2.322       |         |                    |
|                    | Total      | 1810.510       | 99 |             |         |                    |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, E-SERVQUAL

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)

Dengan adanya hasil ini, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh hipotesis yang berpengaruh dengan hasil <0,1.

## 4. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Gambar 4. 8 Hasil Uji R Square

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .936 <sup>a</sup> | .876     | .873              | 1.52371                    |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, E-SERVQUAL

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

*Sumber: Hasil Olahan Penulis (2025)*

Dengan hasil yang telah didapatkan, menunjukkan adanya pengaruh E-Servqual dan kepuasan pelanggan 87,6%, namun variabel lainnya tidak diteliti dipenelitian ini.

#### 4.2.2 Hasil Uji Mediasi

Pengujian mediasi ini dilakukan dengan cara pendekatan Baron & Kenny (1986), perlu meningkatkan untuk menilai pengaruh secara tidak langsung. Implikasi dari hasil ini adalah mampu memfokuskan dalam meningkatkan E-Servqual untuk memperkokoh kepuasan dan loyalitas nasabah.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini adalah mengoptimalkan pada aspek jasa layanan digital yang sangat berpengaruh dengan metode peningkatan kepuasan. Dengan hasil ini, pengembangan E-Servqual merupakan bagian dari manajemen strategik dalam mengunggulkan perbankan.

Aspek-aspek ini merupakan hal penting yang harus ditingkatkan, sehingga penelitian ini melihat “Pengaruh E - Servqual Dan Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BTN Syariah”.

### V. KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dapat diambil kesimpulan bahwa melihat seberapa berpengaruh dari kualitas layanan elektronik (E-Servqual) mengarah kepada kepuasan para nasabah dengan loyalitas para nasabah yang menggunakan BTNS Mobile. Berdasarkan apa yang telah didapatkan, beberapa yang diambil untuk kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. E-Servqual sudah pasti sangat positif dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Kepuasan para nasabah sangat berpengaruh pada loyalitas nasabah.
3. E-Servqual memiliki pengaruh yang sangat penting dengan loyalitas, sehingga kepuasan menjadi variabel mediasi.
4. Semua pertanyaan kuesioner yang telah dilakukan memenuhi syarat uji validitas maupun reliabilitas.
5. Adanya kaitannya E-Servqual terbukti sesuai dengan penelitian dalam menganalisis layanan digital perbankan dalam mengembangkan.

#### B. Saran

Berdasarkan penelitian ini dapat dijadikan saran untuk berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Saran untuk Manajemen BTN Syariah:
  - a. Fokus terhadap keandalan yang perlu dikembangkan.
  - b. Meningkatkan kenyamanan bagi para pengguna.
  - c. Memperkuat sistem keamanan dan privasi.
  - d. Meningkatkan respon dalam melayani nasabah.
  - e. Membangun lebih luas *service-recovery*.
2. Saran Peneliti Selanjutnya
  - a. Selanjutnya melakukan penelitian dengan Model SEM.
  - b. Lebih meluaskan antara bank konvensional dan bank syariah.
  - c. Perlu menambahkan luas variabel.
3. Saran Akademisi dan Praktisi
  - a. Memberikan luas tentang manajemen strategik dalam perbankan.
  - b. E-servqual dijadikan pondasi utama dalam perbaikan layanan digital.

### REFERENSI

- Alamsyah, A., & Rachmadiansyah, I. (2018). Mapping online transportation service quality and multiclass classification problem solving priorities. *Journal of Physics: Conference Series*, 971(1), 012021. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/971/1/012021>
- Anggraeni, Ni Made Savitri, and Ni Nyoman Kerti Yasa. 2012. “E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 16(2):293– 306.
- Daeli, E. C., & Wedari, L. K. (2025). Exploring the digital transformation impacts on bank profitability in Indonesia: A textual and sentiment analysis approach. *Banks and Bank Systems*, 20(1), 271–281.

- [https://doi.org/10.21511/bbs.20\(1\).2025.22](https://doi.org/10.21511/bbs.20(1).2025.22)
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2020). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (18th ed.). Pearson.
- Henderson, J. C., & Venkatraman, N. (1993). Strategic alignment: Leveraging information technology for transforming organizations. *IBM Systems Journal*, 32(1), 4–16. <https://doi.org/10.1147/sj.321.0004>
- Ismulyaty, Sri, Nurmaini, and May Roni. 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. doi: 10.30997/jn.v8i1.6117.
- Judijanto, L., Novitasari, S. A., & Arini, R. E. (2025). Competitive advantage of banking industry in the digital age: A bibliometric approach. *West Science Interdisciplinary Studies*, 3(4), 640–652. <https://doi.org/10.58812/wsis.v3i04.1859>
- Rafiudin; Syafrudin; Nurmaesyarah, and Dinah Husniah. 2023. “Analisis Strategi Menciptakan Nilai, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Utamart Kec. Langgudu.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 6(1):11–20.
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. (2023). *The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as a mediator?* *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(2), 116–129. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss2.art4>
- Rosyid, Muhammad Ibnu, Maya Ariyanty, and Khrisna Kusumahadi. 2019. “Pengaruh E-Servqual Dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung.” *E-Proceeding of Management* 6(3):5557–66.