

Pengaruh Digitalisasi Produk Perbankan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank 9 Jambi

Ayu Feranika^{1,*}, Maria Rosario Borroek², Gunardi¹

¹Ilmu Komputer, Komputerisasi Akuntansi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
Jl. Jend. Sudirman, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi, Indonesia

²Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
Jl. Jend. Sudirman, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Jambi, Indonesia
Email: ^{1,*}ayuferanika2@gmail.com, ²diamar_ros@yahoo.com, ³gun4rdi.sj@gmail.com
Email Penulis Korespondensi: ayuferanika2@gmail.com

Abstrak—Pemanfaatan teknologi saat ini, merupakan upaya perbankan untuk bersaing ditengah kompetitor pada bidang jasa sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apakah adanya hubungan digitalisasi produk perbankan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada Bank 9 Jambi. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS 26.0 for windows. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode purposive sampling, sehingga diperoleh sampel sebanyak 114 responden yang merupakan nasabah Bank 9 Jambi. Hasil Penelitian ini menunjukkan Variabel digitalisasi perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0.042 < 0.05$. Variabel efisiensi menunjukkan hasil signifikan dengan nilai $0.012 < 0.05$ terhadap kepuasan nasabah. Variabel fulfillment berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$. Variabel system availability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.006 < 0.05$. Variabel privacy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$. Variabel Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Variabel Compensation menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh dengan signifikan dengan nilai $0.185 > 0.05$. Variabel Contact menunjukkan hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $0.000 < 0.05$. Sedangkan untuk uji statistik f dihasilkan adanya pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan nilai level sig $< \alpha$ ($0.000a < 0.005$).

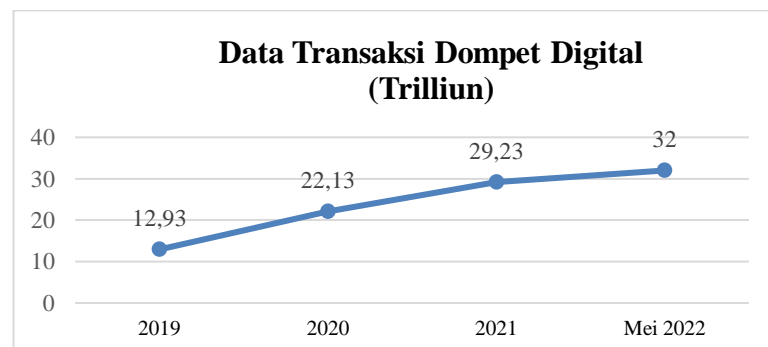
Kata Kunci: Digitalisasi Produk Perbankan; Kualitas Layanan Digital; Kepuasan Nasabah

Abstract—The use of technology today is an effort by banks to compete amid competitors in similar service fields. This study aims to prove empirically whether there is a relationship between digitalization of banking products and digital service quality on customer satisfaction at Bank 9 Jambi. The research method used is using multiple regression analysis with the help of the SPSS 26.0 for windows program. The sampling technique in this study was to use purposive sampling method, so that a sample of 114 respondents was obtained who were customers of Bank 9 Jambi. The results of this study indicate that the banking digitalization variable has an effect on customer satisfaction with a significant value of $0.042 < 0.05$. The efficiency variable shows significant results with a value of $0.012 < 0.05$ on customer satisfaction. The fulfillment variable has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.002 < 0.05$. The system availability variable has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.006 < 0.05$. The privacy variable has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.001 < 0.05$. Responsiveness variable has a significant effect on customer satisfaction with a significant value of $0.000 < 0.05$. The Compensation variable shows results that have no significant effect with a value of $0.185 > 0.05$. Contact variable shows the results affect customer satisfaction with a value of $0.000 < 0.05$. Meanwhile, the f statistical test resulted in the simultaneous influence of the independent variables on the dependent variable with a sig level value $< \alpha$ ($0.000a < 0.005$).

Keywords : Digitalization of Banking Products; Digital Service Quality; Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada bidang keuangan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi inilah yang dimanfaatkan oleh perbankan. Perbankan merupakan lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat kemudian mengatur serta menyalurkan kembali pada masyarakat dalam bentuk jasa kredit dan lainnya (Wahab, 2017). Pemanfaatan teknologi ini, sebagai upaya perbankan untuk bersaing ditengah kompetitor pada bidang jasa sejenis (Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, 2018). Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) mencatat transaksi dompet digital pada tiga tahun terakhir yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Transaksi Dompet Digital Per-tahun

Berdasarkan gambar 1, menunjukkan adanya nilai peningkatan pada transaksi uang digital selama empat tahun berturut-turut, terutama pada dua tahun terakhir, hal ini juga didorong faktor bencana covid-19 yang mengharuskan transaksi dilakukan melalui elektronik atau digital sebagai upaya mencegah adanya penularan virus. Berbagai penawaran media digitalisasi produk dari perbankan merupakan salah satu inovasi bagi perbankan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan bagi nasabahnya dengan mempermudah setiap transaksi yang akan dilakukan, hal ini selaras dengan perkembangan bisnis e-commerce, fintech dan bidang bisnis digital lainnya yang menjadi kompetitor bagi perbankan (Nasfi et al., 2020). Kondisi perekonomian yang saat ini tidak stabil dan berisiko tentunya akan memberikan dampak yang besar bagi perbankan (Hamzah & Purwati, 2019). Apalagi semakin berkembangnya teknologi inilah yang memicu adanya perubahan bisnis akibat inovasi teknologi yang semakin berkembang pesat (Susilawaty & Nicola, 2020). Menurut (Nawangsari & Iswah, 2019), salah satu mempertahankan dan mengembangkan usahanya agar mampu bersaing dengan kompetitornya perbankan dituntut memberikan kepuasan kepelanggannya sebagai upaya mempertahankan nasabah.

Media elektronik atau digital merupakan produk perbankan yang ditawarkan sebagai solusi dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan, seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan lain-lain yang dapat diakses oleh nasabah dalam melakukan transaksi dimana saja dengan bantuan internet, yang telah dibuktikan dapat membantu nasabahnya menjadi lebih efisien dalam transaksi seperti transfer, pembayaran listrik, tagihan air, dan transaksi lainnya. Namun, selain dari fasilitas produk digitalisasi perbankan tersebut, kualitas layanan digital juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabahnya (Wijayanto, 2015). Keberhasilan perbankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya juga tergantung pada cara perbankan tersebut dalam memberikan layanan terhadap nasabahnya (Yaqin & Ilfitriah, 2015). Kualitas layanan digital merupakan aspek penting dalam menentukan apakah produk yang ditawarkan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, dan memberikan fasilitas yang mempermudah bagi nasabah atau justru memberikan kendala bagi nasabahnya, karena kualitas layanan salah satu yang menjadi faktor perbankan dalam memperoleh kepuasan konsumen (Anita Nurjanah, Nurul Aulia, Errisya Rasywir, 2022; Budi & Yasa, 2023; Indah Handaruwati, 2021; Mustikasari et al., 2023; Ramadhayanti et al., 2023; Yohana, 2021). Oleh karena itu, perbankan harus memperhatikan aspek dalam pengukuran kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabahnya agar tidak mengakibatkan nasabahnya berpindah ke bank lain. Penelitian (Mawardi & Hasmawaty, 2021), (Susilawaty & Nicola, 2020) membuktikan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan digital.

Bank 9 Jambi adalah bank yang dimiliki oleh pemerintah daerah Provinsi ataupun pemerintah kabupaten serta kota Jambi. Jika dibandingkan dengan Bank milik swasta atau Bank milik negara lainnya, Bank 9 Jambi masih terbilang jauh dalam kedudukannya. Pada bank-bank swasta dan bank milik negara terus melakukan peningkatan pelayanan sesuai dengan perkembangan di era digital. Fitur yang ditawarkan, kenyamanan dalam penggunaan fitur, serta cara mengakses yang mudah dapat meningkatkan minat nasabahnya. Bank 9 Jambi baru-baru ini telah membuktikan peningkatan dari 36 Perbankan, masuk dalam 18 Perbankan yang memperoleh predikat sangat bagus berdasarkan kelas assetnya, hal ini didorong dengan adanya pelayanan yang optimal diberikan pada nasabahnya (infobanknews, 2022). Namun demikian, jika dibandingkan dengan perbankan lainnya, dan berdasarkan Forbes' World's Best Banks tahun 2022, Bank 9 Jambi tidak masuk dalam peringkat 20 besar bank terbaik di Indonesia. Berdasarkan data pengaduan nasabah periode triwulan IV pada bulan oktober sampai dengan Desember 2022 diperoleh jumlah seperti terlihat pada tabel 1, sebagai berikut:

Tabel 1. Data Pengaduan Nasabah Bank Jambi

Jenis Produk/Layanan	Jumlah Pengaduan	Persentase
Transaksi ATM	446	50,57%
Elektronik Banking	436	49,43%
Total	882	

Dari tabel 1, diperoleh informasi bahwa masih tingginya angka presentase pengaduan atau keluhan terhadap layanan pada Bank Jambi. Khususnya nilai rata-rata tertinggi keluhan terdapat pada produk media elektronik atau digital seperti ATM, dan Elektronik Banking seperti internet banking, mobile banking, dan sms banking. Namun dari total keluhan pengaduan nasabah pada akhir tahun 2022, diperoleh data penyelesaian sebesar 95% keluhan telah diselesaikan sampai dengan akhir tahun 2022. Oleh karena itu, berdasarkan kondisi tersebut, penulis tertarik untuk membuktikan apakah terdapat adanya pengaruh digitalisasi produk perbankan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada Bank 9 Jambi ?.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan angka atau data yang dikumpulkan oleh peneliti yang kemudian diolah untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan (Unaradjan, 2019). Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer yang dibutuhkan berupa data kusioner yang akan disebarkan kepada nasabah Bank Jambi. Sedangkan data sekunder yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah dengan mengumpulkan bukti-bukti pustaka dari buku referensi, dan jurnal-jurnal ilmiah.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah bank jambi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu convenience sampling dimana metode pengambilan sampel ini didasarkan pada responden yang ditemui oleh peneliti memiliki kecocokan sebagai sumber data (Sekaran, 2017). Berdasarkan (Tabachnick, B. G., 2012) untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus:

$$n > 50 + 8 (M) \quad (1)$$

Dimana, n = adalah jumlah sampel

M = adalah jumlah variabel independen

Sehingga diperoleh, $n > 50 + 8(8) = n > 50 + 64$, jadi total sampel pada penelitian ini adalah $n > 114$. Menurut (Sekaran, 2017), jumlah sampel yang baik pada penelitian yaitu minimal sebanyak 30 dan maksimal 500 responden. Penentuan sampel yang tepat sesuai dengan sumber data yang dibutuhkan, peneliti perlu membuat pertimbangan dengan kriteria yang tertentu yaitu dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling (Sugiyono, 2018) hal ini bertujuan agar sampel yang diambil memiliki kriteria yang cocok dengan apa yang diukur pada penelitian ini. Adapun kriteria yang harus terpenuhi oleh responden, yaitu :

1. Responden berdomisili di Kota Jambi
2. Responden adalah nasabah tetap Bank Jambi
3. Responden menggunakan layanan Produk Digital Bank Jambi seperti, internet banking, mobile banking, sms banking, ATM.

Teknik penyebaran kusioner dilakukan secara online melalui google form. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen, dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Sekaran, 2017). Variabel independen terdiri dari digitalisasi produk perbankan, dan kualitas layanan digital. Sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.

Adapun indikator operasional variabel yang digunakan untuk mengukur penelitian ini, yaitu terpenuhi atau tidaknya harapan dapat diukur berdasarkan tujuh aspek dimensi kualitas pelayanan, dimana terbagi menjadi 2 bagian yaitu Electronic-Service quality (E-S-Qual) dan Electronic-Recovery Service Quality (E-RecS-Qual) terdiri dari Efficiency (efisiensi), Fulfillment (penyelesaian), System Availability (ketersediaan sistem), Privacy (rahasia pribadi), Responsiveness (responsif), Compensation (kompensasi), Contact (kontak). Pengukuran variabel digitalisasi produk perbankan, diukur dengan 3 indikator yaitu financial advisory, Informasi Perbankan, Digital Banking, dan untuk pengukuran variabel kepuasan layanan, diukur dengan 5 indikator yaitu Reliability, Usability, Enjoyment, Perceived Control, Perceived Speed (Darmawan & Ridlwan, 2018).

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda, dengan syarat lolos uji instrumen data dan uji asumsi klasik (Sugiyono, 2018) melalui program SPSS 26.0 for Windows. Berikut adalah persamaan yang digunakan :

$$Y : Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8 + e \quad (2)$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Nasabah

a : Konstanta

b_1 - b_8 : Koefisien Regresi Masing-masing Variabel

X_1 : Digitalisasi Produk Perbankan

X_2 : Efisiensi

X_3 : Penyelesaian

X_4 : Ketersediaan Sistem

X_5 : Privacy

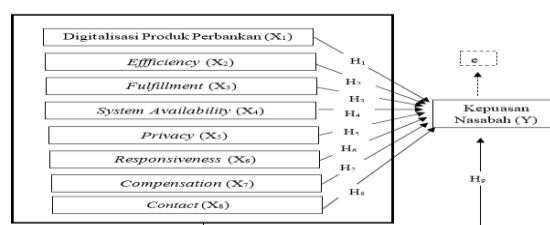
X_6 : responsif

X_7 : Kompensasi

X_8 : Contact

e : Error

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t (secara parsial) dengan nilai signifikan < 0.05 dan uji f (secara simultan) dengan nilai probabilitas signifikan < 0.05 (Sugiyono, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apakah adanya pengaruh digitalisasi produk perbankan dan layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada Bank 9 Jambi, dengan model penelitian sebagai berikut :



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan gambar 2 model penelitian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Digitalisasi Produk Perbankan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₂ : Efficiency berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₃ : Fulfillment berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₄ : System Availability berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₅ : Privacy berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₆ : Responsiveness berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₇ : Compensation berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₈ : Contact berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.
H₉ : Digitalisasi, Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, dan Contact berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kusiner yang disebarkan pada penelitian ini yaitu 114 kusiner. Responden atau sampel yang dipilih adalah responden yang telah memenuhi berdasarkan kriteria penentuan sampel yang telah ditentukan pada penelitian ini. Setiap responden, diminta untuk menjawab 3 pertanyaan untuk variabel digitalisasi produk perbankan, 26 pertanyaan variabel kualitas pelayanan, pertanyaan yang terdiri dari 3 pertanyaan Efficiency (efisiensi), 3 pertanyaan Fulfillment (penyelesaian), 4 pertanyaan System Availability (ketersediaan sistem), 3 pertanyaan Privacy (rahasia pribadi), 3 pertanyaan Responsiveness (responsif), 5 pertanyaan Compensation (kompensasi), 5 pertanyaan Contact (kontak). Sedangkan pertanyaan variabel kepuasan nasabah yaitu 5 pertanyaan. Berikut tabel 2 merupakan tingkat pengembalian kusiner yang diperoleh:

Tabel 2. Tingkat Pengembalian Kusiner

Keterangan	Jumlah
Jumlah Kusiner yang disebar	114
Jumlah Kusiner kembali	114
Jumlah Kusiner yang diolah	113
Total pengembalian kusiner	99,70%

Berikut adalah hasil uji validitas data penelitian ini yang menggunakan korelasi Product Moment Pearson, dengan ketentuan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka data kusiner dapat diartikan valid.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Digitalisasi Produk Perbankan-1	0.871	0.184	Valid
Digitalisasi Produk Perbankan-2	0.825	0.184	Valid
Digitalisasi Produk Perbankan-3	0.740	0.184	Valid
Efficiency (efisiensi)-1	0.655	0.184	Valid
Efficiency (efisiensi)-2	0.675	0.184	Valid
Efficiency (efisiensi)-3	0.725	0.184	Valid
Fulfillment (penyelesaian)-1	0.736	0.184	Valid
Fulfillment (penyelesaian)-2	0.685	0.184	Valid
Fulfillment (penyelesaian)-3	0.791	0.184	Valid
System Availability (ketersediaan sistem)-1	0.657	0.184	Valid
System Availability (ketersediaan sistem)-2	0.826	0.184	Valid
System Availability (ketersediaan sistem)-3	0.684	0.184	Valid
System Availability (ketersediaan sistem)-4	0.762	0.184	Valid
Privacy (rahasia pribadi)-1	0.792	0.184	Valid
Privacy (rahasia pribadi)-2	0.741	0.184	Valid
Privacy (rahasia pribadi)-3	0.766	0.184	Valid
Responsiveness (responsif)-1	0.697	0.184	Valid
Responsiveness (responsif)-2	0.728	0.184	Valid
Responsiveness (responsif)-3	0.664	0.184	Valid
Compensation (kompensasi)-1	0.851	0.184	Valid
Compensation (kompensasi)-2	0.862	0.184	Valid
Compensation (kompensasi)-3	0.741	0.184	Valid
Compensation (kompensasi)-4	0.722	0.184	Valid
Compensation (kompensasi)-5	0.759	0.184	Valid
Contact (kontak)-1	0.846	0.184	Valid
Contact (kontak)-2	0.791	0.184	Valid

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Contact (kontak)-3	0.687	0.184	Valid
Contact (kontak)-4	0.798	0.184	Valid
Contact (kontak)-5	0.748	0.184	Valid
Kepuasan Nasabah-1	0.679	0.184	Valid
Kepuasan Nasabah-2	0.797	0.184	Valid
Kepuasan Nasabah-3	0.817	0.184	Valid
Kepuasan Nasabah-4	0.833	0.184	Valid
Kepuasan Nasabah-5	0.810	0.184	Valid

Tabel 3 merupakan hasil pengujian data kusioner untuk uji reliabilitas, Menurut (Sugiyono, 2015) kusioner dikatakan reliabel jika nilai nilai cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Digitalisasi Produk Bank	.773	3
Efficiency (efisiensi)	.726	3
Fulfillment (penyelesaian)	.780	3
System Availability (ketersediaan sistem)	.824	4
Privacy (rahasia pribadi)	.759	3
Responsiveness (responsif)	.679	3
Compensation (kompensasi)	.853	5
Contact (kontak)	.793	5
Kepuasan Nasabah	.887	5

Pengujian Pada Uji Asumsi Klasik bertujuan untuk membuktikan bahwa model penelitian ini dapat dikatakan baik, jika hasil uji asumsi klasik telah memenuhi asumsi normalitas data, dan bebas dari asumsi klasik statistik baik uji multikolimieritas, maupun uji heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas data dengan ketentuan asumsi jika nilai signifikan asymp.sig > 0.05 (Sugiyono, 2018) melalui uji normalitas kolmogorov-smirnov maka data pada penelitian ini disimpulkan menunjukkan nilai yang baik atau terpenuhi seperti terlihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Pengujian Normalitas Data

Unstandardized Residual		N
		113
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	471.305.272
	Absolute	.163
Most Extreme Differences	Positive	.163
	Negative	-.107
Test Statistic		.163
Asymp. Sig. (2-tailed)		.983
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

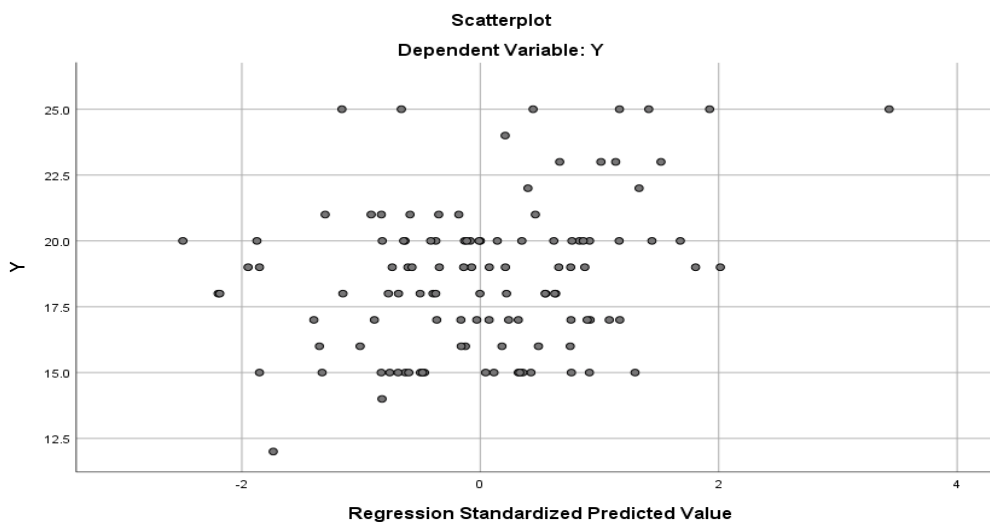
Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam suatu model penelitian. Menurut (V. Wiratna Sujarweni, 2015) jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Output dari hasil uji pada data penelitian ini menunjukkan nilai bebas multikolinieritas, adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.933	1.072
X2	.758	1.319
X3	.813	1.231
X4	.873	1.146
X5	.789	1.268
X6	.789	1.267
X7	.856	1.168

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X8	.930	1.075

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan keperiode pengamatan yang lain. Menurut (V. Wiratna Sujarweni, 2015) untuk memprediksi heteroskedastisitas dengan pola gambar scatterplot, dikatakan bebas heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas atau dibawah sekitar angka 0, titik-titik data tidak membentuk pola, dan tidak berpola bergelombang. Gambar 3 berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian yang menunjukkan bebas dari pengujian heteroskedastisitas :



Gambar 3. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian analisis data pada penelitian ini, yaitu menggunakan analisis regresi berganda dengan hasil persamaan dan uji statistik t diperoleh sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda dan Uji Statistik t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	61.890	2.229	6.779	.000
	X1	1.041	.123	2.330	.042
	X2	1.255	.167	2.530	.012
	X3	1.099	.144	2.690	.002
	X4	2.181	.128	3.413	.006
	X5	1.092	.133	3.690	.001
	X6	1.121	.123	5.984	.000
	X7	-.132	.099	-1.336	.185
	X8	2.054	.096	3.560	.000

Berdasarkan tabel 7 hasil pengujian, menunjukkan persamaan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y1 : Y = 61.890 + 1.041X1 + 1.255X2 + 1.099X3 + 1.181X4 + 1.092X5 + 1.121X6 - 0.132X7 + 2.054X8$$

Berikut ini adalah hasil interpretasi berdasarkan hasil persamaan diatas:

1. Jika semua variabel independen bernilai konstanta, maka dapat diasumsikan bernilai = 0 dan nilai konstan variabel dependen bernilai 61.890.
2. Pada nilai koefesien variabel X₁ menunjukkan nilai 1.041, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel digitalisasi produk perbankan maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.041. Hasil pengujian hipotesis pada H₁ diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X₁ yaitu sebesar 0.042 < 0.05 yang berarti bahwa H₁ diterima.
3. Pada nilai koefesien variabel X₂ menunjukkan nilai 1.255, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel efisiensi maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.255. Hasil Pengujian hipotesis pada H₂ diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X₂ yaitu sebesar 0.012 < 0.05 yang berarti bahwa H₂ diterima.
4. Pada nilai koefesien variabel X₃ menunjukkan nilai 1.099, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel penyelesaian maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.099. Hasil Pengujian

hipotesis pada H_3 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_3 yaitu sebesar $0.002 < 0.05$ yang berarti bahwa H_3 diterima.

5. Pada nilai koefisien variabel X_4 menunjukkan nilai 1.181, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel ketersediaan sistem maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.181. Hasil Pengujian hipotesis pada H_4 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_4 yaitu sebesar $0.006 < 0.05$ yang berarti bahwa H_4 diterima.
6. Pada nilai koefisien variabel X_5 menunjukkan nilai 1.092, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel privacy maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.092. Hasil Pengujian hipotesis pada H_5 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_5 yaitu sebesar $0.001 < 0.05$ yang berarti bahwa H_5 diterima.
7. Pada nilai koefisien variabel X_6 menunjukkan nilai 1.121, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel Responsiveness maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 1.121. Hasil Pengujian hipotesis pada H_6 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_6 yaitu sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa H_6 diterima.
8. Pada nilai koefisien variabel X_7 menunjukkan nilai -0.132, ini dapat diartikan bahwa jika adanya penurunan pada variabel Kompensasi maka terjadi penurunan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai -0.132. Hasil Pengujian hipotesis pada H_7 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_7 yaitu sebesar $0.185 > 0.05$ yang berarti bahwa H_7 ditolak.
9. Pada nilai koefisien variabel X_8 menunjukkan nilai 2.054, ini dapat diartikan bahwa jika adanya kenaikan pada variabel contact maka terjadi kenaikan pula pada kepuasan nasabah perbankan senilai 2.054. Hasil Pengujian hipotesis pada H_8 diperoleh bahwa nilai signifikansi pada variabel X_8 yaitu sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti bahwa H_8 diterima.

Tabel 8 berikut merupakan hasil uji statistik f yaitu untuk melihat apakah hipotesis H_9 diterima, menunjukkan adanya hubungan variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Pengujian Statistik f

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.474	8	69.333	6.174	.000 ^a
	Residual	4.393	104	.058		
	Total	198.867	112			

a. Dependent Variable: Y

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris apakah adanya pengaruh digitalisasi produk perbankan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah Bank 9 Jambi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh variabel digitalisasi perbankan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan sebesar $0.042 < 0.05$. Variabel efficiency menunjukkan hasil signifikan dengan nilai $0.012 < 0.05$ terhadap kepuasan nasabah. Variabel fulfillment berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.002 < 0.05$. Variabel system availability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.006 < 0.05$. Variabel privacy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$. Variabel Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Variabel Compensation menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh dengan signifikan dengan nilai $0.185 > 0.05$. Variabel Contact menunjukkan hasil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai $0.000 < 0.05$. Sedangkan untuk uji statistik f dihasilkan adanya pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan nilai level sig $< \alpha$ ($0,000a < 0,005$).

REFERENCES

- Anita Nurjanah, Nurul Aulia, Errissya Rasywir, A. F. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Ekspedisi J & T Express Dengan Metode Algoritma Naive Bayes Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS). 1(April), 78–88.
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, NIAT BELI ULANG: Konsep dan Aplikasi Pada Studi Kasus. Media Pustaka Indo.
- Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Al-Tijary, 3(2), 107. <https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096>
- Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking. COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, 3, 98–105.
- Indah Handaruwati. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. Jurnal Bisnismen : Riset Bisnis Dan Manajemen, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnismen.v3i2.45>
- 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.
- Mustikasari, M., Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, I., Hanim, W., Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, I., Mardiana, S., Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, I., Haryadi, Y., Universitas Muhammadiyah Bandung,

- Bandung, I., Nurrahman, A., BAZNAS Kota Bandung, Bandung, I., Kirana, L. C., Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, I., Shafwan, A. Z., & Universitas Muhammadiyah Bandung, Bandung, I. (2023). Analisis Kepuasan Mustahik Terhadap Pelayanan Badan Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Multidisplin* (Juli-September 2023), Vol. 2 No.(2), 14. <https://greenpub.org/JIM/article/view/314>
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>
- Nawangsari, S., & Iswah, S. N. (2019). Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN. *Seminar Nasional Aptikom (Semnastik) 2019*, 144–151.
- Ramadhayanti, F. N., Mulyadi, & Rasywir, E. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi TIX ID Di Kota Jambi Menggunakan Metode EUCS. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17(1), 143–151. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2023.17.1.792>
- Sekaran, Umar dan B. R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis : Pendekatan Pengembangan Keahlian* (Buku 2). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Tabachnick, B. G., dan L. S. F. (2012). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.).
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1198–1207.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- V. Wiratna Sujarweni. (2015). *SPSS Untuk Penelitian* (Florent (ed.); Cetakan 1). Penerbit Pustaka Baru Press.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51–66.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank. 38–45.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>
- Yohana, C. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Zalora DKI Jakarta). 1–25.