

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang berdiri pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. BSI merupakan hasil merger dari PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021¹.

Untuk menciptakan Loyalitas pada Bank Syariah dilakukan dengan menerapkan layanan perbankan yang menggunakan digitalisasi, hal tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh bank agar dapat memperluas akses keuangan di tengah tengah masyarakat². Hadirnya layanan *mobile banking* yang mampu mengikuti trend digitalisasi dalam menyesuaikan kebutuhan nasabah bank dengan tujuan agar mempermudah dan mempercepat kegiatan transaksi para nasabah³.

BSI memanfaatkan teknologi digitalisasi dengan meluncurkan BSI Mobile untuk memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi, namun Bank Syariah Indonesia mentransisi BSI Mobile menjadi Byond ingin memberikan pelayanan terbaik dengan tujuan memberikan kepuasan layanan kepada

¹ Bank Syariah Indonesia, "Sejarah Perseroan," Bank Syariah Indonesia, n.d.

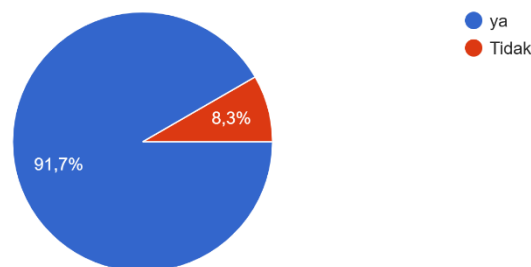
² Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, and Mulawarman Hannase, "Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks" 5 (2022): 29–45.

³ Dwi Mutiara Sari, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking," *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 2 (2021): 170–82.

nasabahnya. Dengan kepuasan layanan dari nasabah maka akan diketahui bagaimana pengguna (nasabah) menerima atau menggunakan teknologi tersebut⁴.

Byond By BSI bersing untuk menciptakan loyalitas bukan hanya dengan sesama bank syariah tetapi dengan perbankan konvensional lainnya. Presentasi nasabah pengguna *mobile banking* per 2024 pada aplikasi BRImo yang diandalkan BRI telah mencatatkan jumlah pengguna sebanyak 40,28 juta. BCA mencatat jumlah pengguna aplikasi *mobile banking* sebanyak 33,4 juta. Bank Mandiri telah meraih jumlah pengguna aplikasi Livin' by Mandiri sebanyak 30,7 juta pada kuartal I/2025. BNI mencatat jumlah pengguna aplikasi perbankan wondr by BNI telah mencapai 6,8 juta⁵. Sementara itu, Superapp BYOND by BSI meraih pertumbuhan pesat yakni jumlah pengguna menjadi 3,5 juta user per 7 Maret 2025⁶.

Saya menggunakan mobile banking lainnya selain mobile banking Byond By BSI
36 jawaban



Gambar 1. 1 Loyalitas pengguna Byond by BSI di Tasikmalaya

Sumber: Data Primer diolah, 2026

⁴ Muhammad Ahsanul et al., "Impact Migrasi Aplikasi BSI Mobile Ke BYond By BSI : Untuk Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Jember Karimata" 01, no. 03 (2025): 424–28.

⁵ Reyhan Fernada Fajarihza, "Adu Jumbo Pengguna Mobile Banking BRI, BCA, Mandiri & BNI Kuartal I/2025, Terbesar Capai 40 Juta," 2025.

⁶ Bank Syariah Indonesia, "Pengguna BYOND by BSI Tumbuh Pesat Tembus 3,5 Juta User," 2025.

Di kota tasikmalaya sendiri pengguna *mobile banking* byond masih terdapat sebanyak 91,7% yang menggunakan *mobile banking* lainnya. Artinya masyarakat masih tertarik dengan *mobile banking* lainnya. Nasabah yang loyal dapat dilihat dari salah satu karakteristik yaitu menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing⁷, namun disini masih terdapat beberapa nasabah yang menggunakan produk/layanan dari pesaing (*mobile banking* lainnya).

Faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah kepuasan nasabah bagi perusahaan jasa perbankan merupakan hal penting yang tidak dapat diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis untuk memenangkan persaingan dan menjaga citra perusahaan itu sendiri di kalangan masyarakat luas⁸.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah persepsi kemudahan.⁹ Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berarti layanan *mobile banking* akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari cara bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile banking*¹⁰. Faktor yang kedua, persepsi manfaat juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Ketika suatu jasa bermanfaat dalam penggunaannya, banyak konsumen akan lebih puas dalam menggunakan jasa

⁷ Eva Sundari, *Dinamika Citra Dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam* (Indrammayu: Adanu Abimata, 2021).

⁸ Elia Septia Wati and Muhammad Iqbal Fasa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pendahuluan," *Jurnal Ambitek* 3, no. 1 (2023): 53–62.

⁹ Ahsani Taqwiem, May Nur Anisa, and Harun Al Rasyid, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bsi Kcp Malang Singosari)," *Warta Ekonomi* 7, no. 1 (2024): 244–57.

¹⁰ Hilda Alivia Firdaus, Nurhidayah, and Abdullah Syakur Novianto, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pengguna M-Banking Bank BRI Di Kota Malang)," *E – Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 01 (2024): 3720–29.

tersebut¹¹. Faktor yang ketiga kualitas pelayanan atau jasa, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya¹². Jadi pada dunia perbankan kualitas layanan diberikan kepada nasabah dengan memberikan layanan yang baik agar dapat bersaing dengan perbankan yang lainnya¹³.

Byond by BSI yang dihadirkan sebagai bentuk transformasi digital perbankan yang modern, kenyataannya masih ditemukan sejumlah kendala yang mengganggu kenyamanan pengguna dalam mengakses layanan. Salah satu kasus yang cukup mencolok terjadi pada 9-10 Februari 2025 dan pada tanggal 1-2 juni 2025, Mereka mengeluhkan tidak dapat membuka aplikasi sejak pagi hari, serta kesulitan dalam melakukan transaksi penting seperti transfer dan pembayaran digital¹⁴. *Corporate Secretary* BSI Wisnu Sunandar menjelaskan, saat ini pihaknya sedang dilakukan peningkatan kualitas layanan. Karenanya, terdapat gangguan transaksi nasabah yang dilakukan melalui Byond by BSI¹⁵.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan dengan nasabah yaitu nunik nuraini, aplikasi Byond by BSI masih memiliki sejumlah kelemahan terutama dalam hal kualitas layanan yang diberikan. Pada beberapa kesempatan, aplikasi terasa berjalan lambat, bahkan pernah mengalami error saat proses login

¹¹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Mode*, 1st ed. (Malang: CV. Seribu Bintang, 2022), <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>.

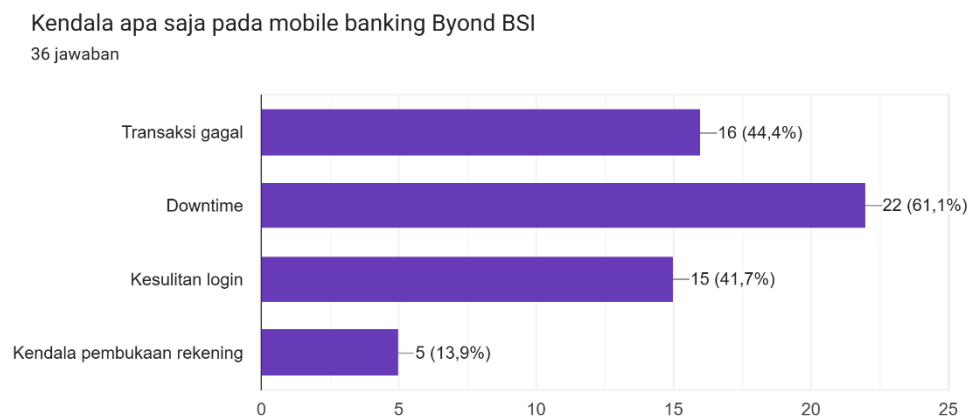
¹² Novita Rosanti, *Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah* (Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34 Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183: CV. AA. Rizky, 2023), https://www.researchgate.net/publication/381926949_Kepuasan_Loyalitas_Nasabah.

¹³ Hikmayanti Huwaida, Rofi'i, Sri Imelda, and Said Muhammad, "Pengaruh Kualitas Layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin," *Jurnal Intekna* 24, no. 1 (2024): 21–29.

¹⁴ Haris Al-Qausar, "Nasabah Dan Pelaku Usaha Keluhkan Aplikasi Byond BSI Error," 2025.

¹⁵ Retno Ayuningrum and Andi Hidayat, "BSI Ungkap Penyebab Aplikasi BYOND Terganggu," 2025.

maupun ketika melakukan transaksi. Salah satu pengalaman yang cukup mengganggu adalah ketika aplikasi tidak dapat digunakan selama beberapa hari. Ketika aplikasi sering mengalami gangguan dan tidak dapat memberikan pelayanan yang konsisten, hal tersebut akan menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Jika dibiarkan, beberapa nasabah beralih menggunakan layanan perbankan digital lain yang dianggap lebih stabil dan dapat diandalkan¹⁶.



Gambar 1. 2 Kendala pada *Mobile banking* Byond

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan mini riset yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan dalam *mobile banking* byond. Kendala yang banyak diungkapkan oleh nasabah adalah down time, transaksi gagal dan kesulitan login. Hal tersebut dikarekan kualitas pelayanan (Service quality) yang diberikan tidak memberikan kepuasan, yang berdampak pada hilangnya manfaat pada *mobile banking* tersebut jika *mobile banking* tidak bisa digunakan. Kemudahan juga tidak dapat dirasakan nasabah apabila *mobile*

¹⁶ Kompas, "Aplikasi BYOND Error Berhari-Hari, Manajemen BSI: Sedang 'Upgrade' Sistem," 2025.

banking tersebut tidak optimal. Dari permasalahan tersebut dapat mengurangi pada kepuasan nasabah. Hal ini juga dapat berdampak pada loyalitas dari nasabah pengguna *mobile banking* byond.

Berdasarkan penelitian dari Zen Maulana Ikhsan¹⁷ menyebutkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Byond BSI. Variabel ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepuasan nasabah, terutama karena faktor-faktor seperti kemudahan akses, keamanan, privasi, dan kecepatan layanan yang dinilai memberi kontribusi positif terhadap kepuasan pengguna. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna M-Banking Byond BSI. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sela Dewi dan Nadia Ika¹⁸ menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* BSI, selain itu dalam penelitian ini kualitas layanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan penelitian dari Mahmud Pasaribu, et.al¹⁹ menyebutkan bahwa Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking*

¹⁷ Zen Maulana Ihsan et al., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Byond BSI (Studi Pada Mahaiswa Uin Raden Intan Lampung Pengguna E Banking BSI),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4, no. 02 (2025): 198–212.

¹⁸ Sela Dwi and Nadia Ika Purnama, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan,” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)* 4, no. 3 (2024): 2154–62.

¹⁹ Mahmud Pasaribu, Abdul Nasser Hasibuan, and Utari Evy Cahyani, “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan BSI Mobile” 10, no. 01 (2024): 340–55.

BSI. Sedangkan, kepuasan nasabah tidak berperan sebagai mediator dalam pengaruh persepsi tersebut terhadap loyalitas dalam menggunakan *mobile banking* BSI.

Gap penelitian ini masih sedikitnya penelitian yang meneliti mengenai persepsi kemudahan, manfaat dan kualitas terhadap loyalitas nasabah Byond By BSI dengan memasukan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Selain itu objek yang ditelitinya yaitu pada pengguna Byond di Tasikmalaya. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna M-Banking Byond By BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
2. Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
3. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
4. Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
5. Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
6. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?

7. Apakah Kepuasan Nasabah Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
8. Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
9. Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?
10. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
2. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
3. Untuk Menganalisis Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
4. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
5. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
6. Untuk Menganalisis Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
7. Untuk Menganalisis Apakah Kepuasan Nasabah Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI

8. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
9. Untuk Menganalisis Apakah Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI
10. Untuk Menganalisis Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Byond BY BSI

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Akademisi atau Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi terkait pokok masalah yang disajikan untuk menambah pengetahuan dan wawasan terkait dengan perbankan syariah.

2. Bagi Praktisi (Bank Syariah)

Dapat memberikan input yang bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia dalam peningkatan pelayanan *mobile banking* Byond dengan memperhatikan kepuasan nasabah dan sebagai masukan dalam menentukan strategi yang mendukung bank ke arah kemajuan.

3. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai pelayanan *mobile banking* byond di bank syariah Indonesia, sehingga dapat memengaruhi masyarakat sekitar untuk menggunakan Byond by BSI.