

KEPUASAN NASABAH DAN KUALITAS LAYANAN: DINAMIKA BANK DIGITAL DI BANDUNG

¹Hani Kustyanti Kusnadi, ²Elok Faiqoh Himmah, ³Vivi Novila Dachi

¹²³Politeknik Negeri Bandung

¹hani.kusnadi@polban.ac.id, ²elok.himmah@polban.ac.id, ³vivi.dachi@polban.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction among digital banking users in Bandung City. The transformation of the banking sector toward digitalization has changed customer interaction patterns and demanded improvements in technology-based service quality. This research employs a quantitative causal-associative approach involving 70 active users of digital banking services such as Livin' by Mandiri, BRImo, Blu by BCA, Bank Jago, and Seabank. Data were collected through an online questionnaire using a five-point Likert scale.

The independent variable examined is service quality (X), measured using the SERVQUAL model (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy), while the dependent variable is customer satisfaction (Y), based on Oliver's (1997) theory. Data analysis was performed using simple linear regression, along with validity, reliability, and classical assumption tests through IBM SPSS 25.

The results show that the level of customer satisfaction with digital banking services in Bandung is very high (mean = 86.34), while service quality is rated from good to very good (mean = 81.67). The regression test yielded $R = 0.838$ and $R^2 = 0.702$ with a significance level of < 0.001 , indicating a positive and significant effect of service quality on customer satisfaction. Security and system reliability emerged as dominant factors influencing satisfaction. These findings reinforce the SERVQUAL theory and consumer satisfaction model, offering practical implications for digital banking institutions to prioritize enhancing security, system stability, and user experience as key strategies for maintaining customer satisfaction and loyalty.

Kata kunci : service quality, customer satisfaction, digital banking

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna bank digital di Kota Bandung. Transformasi perbankan menuju digitalisasi telah mengubah pola interaksi nasabah dan menuntut peningkatan mutu layanan berbasis teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan melibatkan 70 responden pengguna aktif layanan bank digital seperti Livin' by Mandiri, BRImo, Blu by BCA, Bank Jago, dan Seabank. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert lima poin. Variabel bebas yang diteliti adalah kualitas layanan (X) yang diukur dengan model SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy), sedangkan variabel terikat adalah kepuasan nasabah (Y) berdasarkan teori Oliver (1997). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana serta uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik melalui program IBM SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan bank digital di Bandung tergolong sangat tinggi (mean = 86,34), sedangkan kualitas layanan dinilai baik hingga sangat baik (mean = 81,67). Uji regresi menunjukkan nilai $R = 0,838$ dan $R^2 = 0,702$ dengan signifikansi $< 0,001$, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan

antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Aspek keamanan dan keandalan sistem menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan. Temuan ini memperkuat teori SERVQUAL dan model kepuasan konsumen, serta memberikan implikasi praktis bagi perbankan digital untuk memprioritaskan peningkatan keamanan, stabilitas sistem, dan pengalaman pengguna (user experience) sebagai strategi utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Bank Digital

PENDAHULUAN

Perbankan memiliki peran sentral dalam sistem keuangan nasional sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit atau pembiayaan, serta menyediakan berbagai layanan sistem pembayaran. Keberadaan bank tidak hanya mendukung stabilitas keuangan, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks Indonesia, peran tersebut terus berkembang seiring dengan dinamika kebutuhan masyarakat dan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam industri perbankan. Digitalisasi menjadi respons strategis terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan akses layanan keuangan. Kondisi ini memaksa perbankan untuk beradaptasi melalui pemanfaatan teknologi digital dalam operasional dan penyampaian layanan kepada nasabah. Salah satu bentuk nyata dari transformasi tersebut adalah munculnya bank digital. Bank digital merupakan entitas perbankan yang menjalankan aktivitas transaksional maupun non-transaksional secara elektronik tanpa ketergantungan pada layanan tatap muka di kantor cabang. Kehadiran bank digital mengubah pola interaksi antara bank dan nasabah, sekaligus meningkatkan intensitas persaingan antar lembaga keuangan dalam menyediakan layanan yang berkualitas.

Persaingan yang semakin kompetitif, bank tidak lagi cukup hanya menawarkan produk dan jasa keuangan, tetapi juga dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah. Kepuasan nasabah menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan bank, karena berhubungan langsung dengan loyalitas, retensi, dan keberlanjutan penggunaan layanan. Kepuasan mencerminkan evaluasi nasabah terhadap kesesuaian antara harapan sebelum menggunakan layanan dan kinerja aktual yang dirasakan setelahnya. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan penggunaan layanan bank digital. Kualitas layanan digital yang baik terbukti mampu meningkatkan loyalitas dan mengurangi kecenderungan nasabah untuk berpindah ke bank pesaing. Sebaliknya, kegagalan dalam menyediakan layanan yang andal dan responsif dapat memicu ketidakpuasan serta meningkatkan risiko churn, khususnya di era digital yang menyediakan banyak alternatif layanan perbankan.

Pengukuran kualitas layanan perbankan umumnya menggunakan model SERVQUAL yang menekankan lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks perbankan digital, dimensi tersebut dapat diadaptasi ke dalam aspek tampilan dan kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem transaksi, kecepatan dan ketepatan respons layanan, keamanan data, serta perhatian bank terhadap kebutuhan nasabah. Model ini relevan digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan yang dirasakan nasabah bank digital.

Di Kota Bandung, penggunaan layanan bank digital menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, baik melalui bank digital murni maupun bank konvensional yang mengembangkan platform digital. Tingginya volume transaksi digital mencerminkan tingginya tingkat adopsi layanan perbankan berbasis teknologi. Namun, peningkatan

penggunaan tersebut juga diiringi dengan meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap kualitas layanan, terutama terkait kecepatan, kenyamanan, keamanan, dan keandalan sistem.

Meskipun digitalisasi memberikan kemudahan akses layanan keuangan, kepuasan nasabah tetap menjadi tantangan yang kompleks bagi bank digital. Nasabah tidak hanya menuntut kemudahan transaksi, tetapi juga mengharapkan pengalaman layanan yang konsisten, aman, responsif, dan personal. Oleh karena itu, analisis terhadap kepuasan nasabah menjadi penting sebagai dasar evaluasi kinerja layanan bank digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank digital di Kota Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memahami hubungan antara kualitas layanan digital dan kepuasan nasabah, serta menjadi bahan pertimbangan strategis bagi perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan konsep penting dalam kajian pemasaran jasa dan perilaku konsumen. Oliver (1997) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai respons emosional yang muncul setelah konsumen membandingkan harapan sebelum menggunakan suatu layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan. Kepuasan akan tercapai apabila kinerja layanan yang diterima mampu memenuhi atau melampaui harapan awal nasabah.

Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan bentuk pemenuhan (*fulfillment response*) yang bersifat evaluatif, di mana konsumen menilai apakah suatu produk atau layanan, baik dari segi fitur maupun kinerjanya secara keseluruhan, mampu memberikan tingkat pemenuhan yang menyenangkan terkait pengalaman konsumsi. Dengan demikian, kepuasan nasabah tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir layanan, tetapi juga dengan pengalaman selama proses penggunaan layanan tersebut.

Expectation Disconfirmation Theory menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah terbentuk melalui proses perbandingan antara harapan awal dan kinerja yang dirasakan. Teori ini mengemukakan tiga kemungkinan hasil evaluasi (Churchill & Surprenant, 1982), yaitu: *Disconfirmation positif*, terjadi ketika kinerja layanan melebihi harapan nasabah, sehingga menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. *Konfirmasi sederhana*, terjadi ketika kinerja layanan sesuai dengan harapan, yang umumnya menghasilkan kondisi netral atau puas. *Disconfirmation negatif*, terjadi ketika kinerja layanan berada di bawah harapan nasabah, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Teori ini banyak digunakan sebagai dasar konseptual dalam penelitian kepuasan pelanggan, termasuk dalam konteks layanan perbankan digital.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap suatu layanan dan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar diterima. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan hasil evaluasi pelanggan atas perbedaan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan. Semakin kecil kesenjangan tersebut, maka semakin tinggi kualitas layanan yang dipersepsikan oleh pelanggan. Dalam konteks perbankan, kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah, karena layanan perbankan bersifat intangible dan sangat bergantung pada pengalaman pengguna.

Model SERVQUAL

Model SERVQUAL merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama yang memengaruhi persepsi kualitas layanan (Parasuraman et al., 1988), yaitu: Tangibles (Bukti Fisik), meliputi tampilan fisik, desain aplikasi, dan kemudahan akses layanan, Reliability (Keandalan), yaitu kemampuan sistem dalam memberikan layanan secara konsisten dan akurat, Responsiveness (Daya Tanggap), berkaitan dengan kesediaan penyedia layanan dalam memberikan bantuan dan merespons kebutuhan nasabah dengan cepat, Assurance (Jaminan), mencakup kompetensi, keamanan, dan kemampuan bank dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah dan Empathy (Empati), yaitu perhatian personal dan kemudahan layanan yang diberikan kepada nasabah.

Model SERVQUAL telah banyak diterapkan dalam evaluasi kualitas layanan, baik pada perbankan konvensional maupun perbankan digital.

Bank digital

Bank digital merupakan institusi keuangan yang menyediakan layanan perbankan secara menyeluruh melalui platform digital tanpa ketergantungan pada kantor cabang fisik. Seluruh aktivitas perbankan, seperti pembukaan rekening, transfer dana, investasi, hingga layanan pelanggan, dilakukan melalui media digital. Laukkanen (2016) mendefinisikan perbankan digital sebagai proses digitalisasi seluruh aktivitas dan program perbankan tradisional melalui platform online, aplikasi seluler, dan teknologi layanan mandiri. Dalam era teknologi modern, bank yang memiliki layanan digital tidak hanya terbatas pada penyediaan aplikasi mobile, tetapi mencakup integrasi teknologi digital ke dalam seluruh proses bisnis perbankan. Berdasarkan definisi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bank digital adalah bank berbadan hukum Indonesia yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara elektronik, baik sepenuhnya tanpa kantor cabang fisik maupun dengan jumlah kantor fisik yang sangat terbatas.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-asosiatif untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara kualitas layanan sebagai variabel independen, kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi, dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel melalui data numerik yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan di Kota Bandung pada September 2025 melalui survei daring kepada pengguna aktif layanan perbankan digital, baik bank digital murni maupun bank konvensional yang memiliki platform digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, menggunakan aplikasi bank digital setidaknya dua kali per bulan, dan pernah menggunakan layanan tersebut dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al. (2010).

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin. Indikator kualitas layanan disusun berdasarkan model SERVQUAL yang mencakup dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Parasuraman et al., 1988), sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui evaluasi pengalaman keseluruhan dan perbandingan antara harapan serta kinerja layanan (Oliver, 1997).

Analisis data meliputi analisis deskriptif dan pengujian asumsi klasik untuk memastikan kelayakan model. Hubungan antarvariabel diuji menggunakan analisis regresi linear sederhana dan berganda. Validitas instrumen diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas diukur dengan Cronbach's Alpha, dengan nilai $\alpha > 0,70$ menunjukkan konsistensi yang baik (Ghozali, 2018). Pengujian peran mediasi kepuasan nasabah dilakukan menggunakan uji Sobel atau pendekatan SEM-PLS untuk mengetahui pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang melibatkan 70 responden pengguna aktif layanan perbankan digital di Kota Bandung menunjukkan tingginya tingkat adopsi serta intensitas penggunaan berbagai platform perbankan digital, baik dari bank konvensional maupun bank digital murni. Layanan yang banyak digunakan mencakup aplikasi milik BCA, BRI, BNI, Bank Mandiri, BSI, SeaBank, Bank Jago, CIMB Niaga, Line Bank, Dana, hingga Superbank. Variasi responden berdasarkan usia dan jenis pekerjaan mengindikasikan bahwa layanan perbankan digital di Bandung telah menjangkau segmen masyarakat yang luas dan beragam. Mayoritas responden melakukan transaksi sedikitnya tiga kali dalam satu minggu, sehingga penilaian yang diberikan didasarkan pada pengalaman penggunaan yang aktual dan berulang.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori tinggi dan relatif merata. Nilai rata-rata kepuasan mencapai 86,34 dengan nilai median sebesar 88,00 serta standar deviasi sebesar 13,04, yang mencerminkan konsistensi tingkat kepuasan di antara responden. Meskipun terdapat sebagian kecil pengguna yang melaporkan tingkat kepuasan lebih rendah akibat kendala teknis atau gangguan pada sistem keamanan saat proses masuk aplikasi, secara umum responden menilai layanan perbankan digital memiliki kinerja yang efisien, mudah digunakan, dan andal. Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika kinerja layanan yang dirasakan mampu memenuhi atau melampaui harapan pengguna.

Penilaian terhadap kualitas layanan menunjukkan skor rata-rata sebesar 81,67 yang mengindikasikan bahwa layanan perbankan digital dipersepsikan berada pada kategori baik hingga sangat baik. Responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan fitur transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, serta integrasi dompet digital, selain aspek keamanan yang didukung oleh penggunaan kode OTP dan verifikasi biometrik. Kecepatan transaksi dan ketersediaan layanan bantuan digital juga dinilai cukup responsif. Namun demikian, beberapa responden melaporkan adanya gangguan sistem pada jam-jam sibuk, terutama pada aplikasi yang relatif baru. Hasil ini mendukung konsep SERVQUAL yang menekankan kualitas layanan melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, di mana dalam penelitian ini keandalan dan daya tanggap menjadi dimensi yang paling dominan.

Analisis regresi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,838 dan koefisien determinasi sebesar 0,702 menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan mampu menjelaskan sekitar 70,2% variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat kepercayaan, program promosi, serta kemampuan literasi digital pengguna. Temuan ini menegaskan peran strategis kualitas layanan dalam membentuk kepuasan nasabah pada konteks perbankan digital.

Lebih lanjut, hasil penelitian mengungkap bahwa aspek keamanan dan keandalan sistem merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan nasabah di ekosistem perbankan digital Kota Bandung. Nasabah cenderung merasa lebih aman dan percaya ketika bank menerapkan sistem perlindungan data yang kuat, seperti enkripsi berlapis, verifikasi dua tahap, dan notifikasi transaksi secara real time. Sebaliknya, aplikasi dengan tingkat gangguan sistem yang tinggi atau respons yang lambat cenderung dikaitkan dengan tingkat kepuasan yang lebih rendah. Temuan ini memperkuat relevansi teori SERVQUAL dan teori kepuasan pelanggan yang menekankan bahwa pemenuhan ekspektasi terhadap kualitas layanan akan berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas pengguna.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Secara praktis, temuan ini mengimplikasikan bahwa penyedia layanan perbankan

digital di Kota Bandung perlu memprioritaskan peningkatan aspek keamanan, kecepatan respons, dan efisiensi sistem untuk mempertahankan kepercayaan serta kepuasan nasabah. Dari sudut pandang manajerial, penguatan pengalaman pengguna (user experience) dan investasi berkelanjutan pada teknologi perlindungan data menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing layanan perbankan digital di tengah persaingan industri yang semakin intensif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh layanan perbankan digital terhadap kepuasan nasabah di Kota Bandung yang melibatkan 70 pengguna aktif bank digital, dapat disimpulkan bahwa layanan perbankan digital secara umum dipersepsikan positif oleh nasabah. Tingkat kepuasan nasabah berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 86,34, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna menilai kemudahan dan kenyamanan transaksi digital telah sesuai dengan harapan mereka.

Persepsi terhadap kualitas layanan perbankan digital, yang mencakup aspek efisiensi, keamanan, dan daya tanggap, juga berada pada kategori sangat baik dengan nilai rata-rata sebesar 81,67. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan tingkat signifikansi di bawah 0,001, nilai koefisien korelasi sebesar 0,838, serta koefisien determinasi sebesar 0,702. Temuan ini mengindikasikan bahwa sekitar 70,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menegaskan bahwa keandalan sistem, keamanan transaksi, dan responsivitas layanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pengguna bank digital di Kota Bandung.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah responden yang relatif terbatas dan cakupan wilayah yang hanya berfokus pada Kota Bandung dapat membatasi generalisasi hasil penelitian. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif belum sepenuhnya menggambarkan pengalaman subjektif dan aspek emosional nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah sampel yang lebih besar dan beragam, termasuk wilayah pinggiran atau daerah lain, serta mengeksplorasi faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah, seperti citra merek, biaya administrasi, dan strategi promosi.

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa penyedia layanan perbankan digital perlu memprioritaskan stabilitas sistem, peningkatan keamanan data, serta pengembangan pengalaman pengguna yang lebih personal dan efisien. Upaya tersebut diharapkan mampu memperkuat kepercayaan nasabah serta meningkatkan loyalitas pengguna dalam jangka panjang di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung. (2023). Kota Bandung dalam angka (edisi terbaru). Badan Pusat Statistik.
- Bank Indonesia. (2023). Laporan perilaku konsumen perbankan Indonesia. <https://www.bi.go.id>
- Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491–504.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fauzi, R., & Widiyanto, I. (2020). Kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah pada layanan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(4), 210–223.*
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Semarang:

- Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Pearson Education.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>
- Hidayat, R. (2021). Pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap kepuasan pengguna m-banking di Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 45–58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Larasati, S., & Nugraha, A. (2022). Kualitas layanan digital dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada pengguna aplikasi Livin' by Mandiri di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Teknologi*, 5(1), 45–56.*
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption vs. rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432–2439.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). Statistik perbankan digital. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratama, A., & Santoso, B. (2022). Analisis kualitas layanan e-banking terhadap kepuasan nasabah pada bank digital di Jakarta. *Indonesian Journal of Digital Business*, 3(1), 12–25.
- Putri, R. D., & Hidayat, A. N. (2022). Analisis pengaruh keandalan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah layanan bank digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 19(3), 98–109.
- Rachma, D., & Septiani, M. (2023). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan, dan keandalan terhadap kepuasan pengguna bank digital di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(1), 33–45.
- Rahmawati, I. (2021). Pengaruh kualitas layanan digital banking terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 145–156.
- Rinwanti, R., & Yuliana, R. (2025). Pengaruh kepuasan terhadap penggunaan berkelanjutan bank digital di Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*.
- Sari, N. K., dkk. (2023). Strategi retensi nasabah melalui kualitas layanan aplikasi bank digital. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 8(4), 102–115.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, N., & Pramesti, R. (2021). Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan digital bank di era pandemi COVID-19. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 80–94.*
- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: Examining consumers’ adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–296. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-09-2017-0088>