

The Impact Of Transaction Security, Ease Of Use, And Service Quality Of Mobile Banking On Customer Satisfaction At Bank NTB Syariah

Pengaruh Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah

Putri Nadia Febriyanti ¹⁾; Stevany Hanalyna Dethan ²⁾; Baiq Dinna Widiyanti ³⁾
Lalu Jatmiko Jati ⁴⁾; M. Chothibul Umam Assa'ady ⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Department of Management, Faculty of Economic Bisnis Universitas Bumigora
12203010080@universitasbumigora.ac.id

How to Cite :

Febriyanti, P, N., Dethan, S, H., Widiyanti, B, D., Jati, L, J., Assa'ady, M, C, U. (2026). Strategi Manajemen SDM Dalam Meningkatkan Profesionalisme Dan Kualitas Layanan Di Café Dan Resto Padi's Banyuwangi. Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen, 9 (1).

ARTICLE HISTORY

Received [13 April 2026]

Revised [15 Mei 2026]

Accepted [18 Mei 2026]

KEYWORDS

Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Kepuasan, Mobile Banking,.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan mobile banking (m-banking) terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan sampel 170 nasabah pengguna m-banking aktif yang diambil menggunakan teknik simple random sampling dan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) keamanan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah; (2) kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dengan arah negatif; (3) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan sebagai faktor paling dominan; (4) ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah Bank NTB Syariah yang memiliki literasi digital tinggi menganggap keamanan sebagai faktor dasar yang sudah terpenuhi, sementara kemudahan yang berlebihan justru dipersepsikan mengurangi fungsionalitas. Peningkatan kepuasan nasabah harus difokuskan pada peningkatan kualitas layanan yang meliputi efisiensi, ketersediaan sistem, privasi, dan jaminan.

ABSTRACT

This study aims to identify and test the influence of transaction security, ease of use, and service quality of mobile banking (m-banking) on customer satisfaction at Bank NTB Syariah. The study employs a quantitative causal-associative approach with a sample of 170 active m-banking users selected using simple random sampling and purposive sampling techniques. Data were collected via a 1-5 Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results of the study indicate that: (1) transaction security does not

have a significant effect on customer satisfaction; (2) ease of use has a significant negative effect; (3) service quality has a significant positive effect and is the most dominant factor; (4) all three variables simultaneously have a significant effect on customer satisfaction. These findings indicate that Bank NTB Syariah customers with high digital literacy consider security to be a basic factor that is already met, while excessive ease of use is perceived as reducing functionality. Efforts to improve customer satisfaction should focus on enhancing service quality, which includes efficiency, system availability, privacy, and security.

PENDAHULUAN

Teknologi menjadi elemen penting dalam pengembangan perusahaan, termasuk di sektor perbankan. Bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat [1], sekaligus menopang perekonomian dan menjaga stabilitas sistem keuangan. Dalam beberapa tahun terakhir, layanan mobile banking (m-banking) semakin populer karena memberikan manfaat seperti pengurangan biaya operasional dan peningkatan efektivitas waktu [2]. Mobile banking memungkinkan nasabah melakukan transaksi (cek saldo, transfer, pembayaran tagihan) melalui perangkat seluler [3], dan merupakan pengembangan dari SMS banking serta internet banking. Keberadaan smartphone telah mengubah perilaku nasabah menjadi lebih intensif menggunakan m-banking [3]. Bank Indonesia [4] melaporkan bahwa 56% populasi Indonesia terhubung ke internet, sedikit di atas rata-rata dunia, namun 51% penduduk belum memiliki rekening bank sebuah potensi pasar besar. Dengan m-banking, layanan bank kepada nasabah dapat ditingkatkan [5].

Fenomena digitalisasi juga terlihat pada Bank NTB Syariah, yang terus memperkuat layanan digital guna mendukung misi memberikan layanan prima dan memperluas akses transaksi melalui teknologi handal. Laporan kinerja tahun 2024 menunjukkan peningkatan signifikan pengguna mobile banking: dari 60.996 (2022) menjadi 101.267 (2023), lalu melonjak menjadi 207.631 (2024) [6]. Namun, berdasarkan ulasan pengguna aplikasi mBanking Bank NTB Syariah di Google Play Store tahun 2025, terdapat indikasi kebijakan sepihak (perubahan syarat saldo minimum, penolakan akses oleh sistem keamanan) yang mempersulit nasabah. Keluhan utama meliputi ketidakmampuan melakukan fungsi dasar (transfer antar bank, pembayaran QRIS, top-up e-money) sehingga aplikasi dinilai tidak berguna. Gangguan teknis berkepanjangan, lambatnya respons customer service, dan ketidakpastian masa optimasi menunjukkan degradasi pada keamanan, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan, yang berpotensi berdampak pada kepuasan dan loyalitas pengguna [7].

Keamanan menjadi alasan utama kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Lemahnya keamanan dapat menimbulkan kerugian finansial dan menurunkan kepuasan, sementara sistem keamanan yang kuat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan [8]. Kemudahan penggunaan juga faktor penting; nasabah menginginkan fleksibilitas bertransaksi tanpa harus ke ATM atau kantor cabang [9]. Kualitas layanan yang tinggi memperkuat citra perusahaan, mempertahankan pelanggan, dan menarik pelanggan potensial melalui kepuasan dan loyalitas [10]. Nasabah memiliki kriteria seperti kecepatan, efisiensi, kerahasiaan, akurasi, dan biaya kompetitif [11].

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Fianto [12] menemukan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tetapi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Sementara itu, Saleh et al. [13] belum memasukkan variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi, sehingga diperlukan kajian yang lebih komprehensif tentang pengalaman pengguna (user experience) terhadap produk digital. Selain pengaruh parsial, penting pula memahami pengaruh simultan ketiga variabel (keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan) terhadap kepuasan nasabah secara holistik. Interaksi sinergis antara ketiga faktor tersebut dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dalam penyediaan layanan perbankan, termasuk layanan digital seperti m-banking. Kepuasan nasabah diartikan sebagai respon emosional yang muncul setelah nasabah membandingkan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Berdasarkan teori *disconfirmation of expectation*, kepuasan akan tercapai apabila kinerja layanan melebihi atau sesuai dengan harapan nasabah. Dalam konteks perbankan digital, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh hasil akhir transaksi, tetapi juga pengalaman pengguna selama mengakses aplikasi, seperti kemudahan navigasi, kecepatan layanan, dan kenyamanan penggunaan (Kotler & Keller, 2016; Oliver, 2014).

Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi menjadi faktor penting dalam penggunaan layanan m-banking karena berkaitan langsung dengan kepercayaan nasabah. Keamanan mencakup perlindungan data pribadi, kerahasiaan informasi, serta jaminan bahwa setiap transaksi terlindungi dari ancaman kejahatan siber. Berdasarkan *trust theory*, tingkat keamanan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap sistem perbankan digital. Dengan adanya sistem keamanan yang baik, seperti enkripsi data dan autentikasi berlapis, nasabah akan merasa lebih aman dalam melakukan transaksi, sehingga berdampak positif terhadap kepuasan mereka (Gefen et al., 2003; Flavián & Guinalú, 2006); (Hidayah dan Alamsyah 2025).

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor penting dalam penerimaan teknologi, sebagaimana dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam layanan m-banking, kemudahan ini dapat dilihat dari tampilan aplikasi yang user-friendly, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang sederhana dan cepat. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, maka semakin tinggi tingkat kenyamanan nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000); (Junianto dan Suudiah 2025).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan bank dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan nasabah. Kualitas layanan dalam m-banking mencakup kecepatan akses, keandalan sistem, responsivitas terhadap keluhan, serta konsistensi layanan yang diberikan. Model SERVQUAL menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri dari beberapa dimensi seperti keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Dalam konteks layanan digital, kualitas layanan juga mencakup stabilitas aplikasi dan minimnya gangguan sistem (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018); (Nuraeni dan Sumarya 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal yang bertujuan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [14]. Penelitian dilaksanakan dari Januari hingga Februari 2026 di Bank NTB Syariah, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna M-Banking aktif Bank NTB Syariah yang berjumlah 207.631 nasabah. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Ferdinand [15]

dengan mengalikan 10 dengan jumlah indikator (17 indikator), sehingga diperoleh 170 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, serta *purposive sampling* dengan kriteria: (1) nasabah Bank NTB Syariah yang memiliki rekening aktif, (2) berusia minimal 17 tahun, (3) memiliki dan menggunakan layanan M-Banking NTB Syariah dalam satu bulan terakhir.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5 yang disebarakan secara langsung dan elektronik. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel: keamanan transaksi (jaminan keamanan, kerahasiaan data) [16]; kemudahan penggunaan (kemudahan layanan, informasi, fasilitas) [17]; kualitas layanan (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy, assurance/trust, site aesthetic*) [18]; dan kepuasan nasabah (*overall satisfaction, dimensi kepuasan, confirmation of expectations, repurchase intention, willingness to recommend, customer dissatisfaction*) [19]. Data sekunder diperoleh melalui observasi, dokumentasi, laporan tahunan Bank NTB, serta literatur terkait.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS) melalui tahapan berikut:

- a. Uji Instrumen

Uji Uji validitas menggunakan korelasi product moment dengan r-tabel (df=168, $\alpha=0,05$) sebesar 0,150; suatu item dinyatakan valid jika r hitung > 0,150 [21]. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria $\alpha \geq 0,7$ [20][22].
- b. Uji Asumsi Klasik

Meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov, signifikansi > 0,05), uji multikolinearitas (VIF < 10, tolerance > 0,1), dan uji heteroskedastisitas (Uji Glejser, signifikansi > 0,05) [20].
- c. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap dependen. Persamaan regresi $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$, di mana Y adalah kepuasan nasabah, X_1 keamanan transaksi, X_2 kemudahan penggunaan, X_3 kualitas layanan.
- d. Uji Hipotesis

Uji t (parsial) dengan kriteria signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel (df=167, t tabel=1,974); uji F (simultan) dengan kriteria signifikansi F < 0,05 atau F hitung > F tabel (df₁=3, df₂=166, F tabel=2,66); serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen [20].

Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri atas tiga variabel independen dan satu variabel dependen:

- a. Keamanan Transaksi (X_1) : Keyakinan nasabah bahwa data pribadi dan transaksi keuangan terlindungi, diukur melalui jaminan keamanan dan kerahasiaan data.
- b. Kemudahan Penggunaan (X_2) : Tingkat kesulitan yang dirasakan nasabah dalam mengoperasikan aplikasi, diukur melalui kemudahan layanan, kemudahan mencari informasi, dan kemudahan penggunaan fasilitas.
- c. Kualitas Layanan (X_3) : Persepsi nasabah terhadap pengalaman layanan, diukur melalui efficiency, fulfillment, system availability, privacy, assurance/trust, dan site aesthetic.
- d. Kepuasan Nasabah (Y) : Tingkat perasaan senang atau kecewa setelah menggunakan layanan, diukur melalui overall satisfaction, dimensi kepuasan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan merekomendasikan, dan ketidakpuasan.

Hipotesis Penelitian

- a. H1: Keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.

- b. H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.
- c. H3: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah.
- d. H4: Keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah. H1: Digital marketing berpengaruh signifikan terhadap tingkat hunian di Hotel Sheraton.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Umur

Tabel 1. Umur Responden

No	Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	18-25	37	21.76
2	26-35	84	49.41
3	36-45	44	25.88
4	46-55	5	2.94

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia produktif. Kelompok umur 26-35 tahun merupakan responden terbanyak dengan jumlah 84 orang atau 49,41% dari total keseluruhan.

Jenis Kelamin

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	82	48.24
2	Perempuan	88	51.76

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Kelompok jenis kelamin perempuan merupakan responden terbanyak dengan jumlah 88 orang atau 51,76% dari total keseluruhan.

Pendidikan

Tabel 3. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	0	0.00
2	SMP	4	2.35
3	SMA/SMK	54	31.76
4	D3/Sarjana	112	65.88

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh lulusan perguruan tinggi. Kelompok pendidikan D3/Sarjana merupakan responden terbanyak dengan jumlah 112 orang atau 65,88% dari total keseluruhan.

Lama Menggunakan M-Banking**Tabel 4. Lama Menggunakan M-Banking**

No	Lama Menggunakan (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	1-2	68	40.00
2	3-4	51	30.00
3	5-6	42	24.71
4	7-8	9	5.29

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengguna dengan masa penggunaan 1-2 tahun. Kelompok lama penggunaan 1-2 tahun merupakan responden terbanyak dengan jumlah 68 orang atau 40% dari total keseluruhan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung terhadap r-tabel sebesar 0,150. Hasil uji menunjukkan seluruh item pernyataan pada variabel keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah memiliki nilai r hitung > 0,150, dengan rentang nilai terendah 0,358 hingga tertinggi 0,900. Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai untuk masing-masing variabel: keamanan transaksi sebesar 0,835, kemudahan penggunaan sebesar 0,882, kualitas layanan sebesar 0,846, dan kepuasan nasabah sebesar 0,898. Seluruh nilai Cronbach's Alpha berada di atas batas minimum 0,70, sehingga keempat variabel dinyatakan reliabel atau konsisten.

Uji Normalitas**Tabel 5. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	6.46422901
Most Extreme Differences	Absolute	0.082
	Positive	0.045
	Negative	-0.082
Test Statistic		0.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov pada nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan model regresi layak digunakan.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Variabel Keamanan Transaksi (X1)	0.460	2.174	Tidak ada terjadi multikolinearitas
Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)	0.637	1.570	Tidak ada terjadi multikolinearitas
Variabel Kualitas Layanan (X3)	0.629	1.590	Tidak ada terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Berdasarkan data pada Tabel 4.12, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel

Uji Heterokedastisitas

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	5.556	2.769		2.006	0.046
	Variabel Keamanan Transaksi (X1)	0.133	0.180	0.085	0.742	0.459
	Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)	0.021	0.078	0.026	0.270	0.787
	Variabel Kualitas Layanan (X3)	-0.059	0.066	-0.088	-0.903	0.368

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan metode Glejser dan diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Keamanan Transaksi (X1) sebesar 0,459, variabel Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,787, dan variabel Kualitas Layanan (X3) sebesar 0,368. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi

Model				t	Sig.	
1	(Constant)		22.697	4.829	4.700	0.000
	Variabel Keamanan Transaksi (X1)		-0.582	0.313	-1.858	0.065
	Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)		-0.341	0.136	-2.511	0.013
	Variabel Kualitas Layanan (X3)		1.038	0.114	9.084	0.000

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 6, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 22,697 + (-0,582)(X1) + (-0,341)(X2) + 1,038(X3) + e \tag{1}$$

- a. Konstanta 22,697 menunjukkan bahwa jika keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan bernilai nol, maka kepuasan nasabah tetap sebesar 22,697 satuan.

- b. Koefisien keamanan transaksi -0,582 bernilai negatif, artinya peningkatan 1 satuan keamanan transaksi akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,582 satuan.
- c. Koefisien kemudahan penggunaan -0,341 bernilai negatif, artinya peningkatan 1 satuan kemudahan penggunaan akan menurunkan kepuasan nasabah sebesar 0,341 satuan.
- d. Koefisien kualitas layanan 1,038 bernilai positif, artinya peningkatan 1 satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 1,038 satuan.

Uji t

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Keamanan Transaksi (X_1)
Variabel Keamanan Transaksi memiliki nilai signifikansi 0,065 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keamanan Transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- 2) Kemudahan Penggunaan (X_2)
Variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,013 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- 3) Kualitas Layanan (X_3)
Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Konstanta 22,697 menunjukkan bahwa jika keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan bernilai nol, maka kepuasan nasabah tetap sebesar 22,697 satuan.

Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4034.999	3	1345.000	31.616	.000
	Residual	7061.877	166	42.541		
	Total	11096.876	169			

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Keamanan Transaksi (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Kualitas Layanan (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.603a	0.364	0.352

Sumber: Hasil Analisis Data 2026

Berdasarkan tabel 10, diperoleh nilai R sebesar 0,603 yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen termasuk dalam kategori sedang. Nilai R Square sebesar 0,364 atau 36,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Layanan mampu menjelaskan variasi variabel Kepuasan Nasabah sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya sebesar 63,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa Keamanan Transaksi memiliki koefisien regresi -0,582 dengan signifikansi 0,065 ($>0,05$), sehingga secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menolak hipotesis pertama (H1). Temuan ini didukung oleh Fianto et al. [12] yang menemukan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan karena nasabah menganggapnya sebagai standar minimal yang sudah seharusnya dipenuhi. DeLone & McLean menyatakan bahwa kualitas sistem lebih berperan sebagai prasyarat awal daripada penentu langsung kepuasan [23]. Selama tidak terjadi insiden keamanan yang nyata, nasabah cenderung menganggap keamanan sudah terpenuhi sehingga tidak menjadi sumber peningkatan kepuasan. Meskipun demikian, bank tetap harus mempertahankan standar keamanan untuk mencegah penurunan kepuasan drastis jika terjadi pelanggaran.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan memiliki koefisien regresi -0,341 dengan signifikansi 0,013 ($<0,05$), sehingga berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini menolak hipotesis kedua (H2) karena arah yang dihipotesiskan positif. Temuan ini sejalan dengan Fianto et al. dan Hidayah et al. yang juga melaporkan pengaruh negatif kemudahan terhadap kepuasan [12,26]. Fenomena ini terjadi karena nasabah Bank NTB Syariah yang mayoritas berpendidikan tinggi memiliki literasi digital tinggi, sehingga kemudahan yang berlebihan justru dipersepsikan sebagai penyederhanaan yang mengurangi fungsionalitas. Berdasarkan ulasan pengguna, keluhan utama adalah ketidakmampuan aplikasi melakukan fungsi dasar, sehingga kemudahan tanpa disertai keandalan justru menurunkan kepuasan [7].

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki koefisien regresi 1,038 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai koefisien ini paling besar di antara variabel independen lainnya, menjadikannya faktor paling dominan. Hipotesis ketiga (H3) diterima. Temuan ini sejalan dengan Husni dkk. dan Khotijah dkk. yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* [24,25]. Kotler menegaskan bahwa kualitas layanan yang tinggi memperkuat citra perusahaan dan mempertahankan pelanggan [10]. Dalam konteks Bank NTB Syariah, peningkatan kualitas layanan secara langsung menjawab keluhan tentang gangguan teknis dan ketidakmampuan fungsi dasar [7], sehingga menjadi strategi paling efektif dalam meningkatkan kepuasan.

Pengaruh Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung 31,616 dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hipotesis keempat (H4) diterima. Nilai R Square sebesar 0,364 berarti 36,4% variasi kepuasan nasabah dijelaskan oleh kombinasi keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan, sementara 63,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model (kepercayaan, reputasi bank, fitur produk, biaya layanan, pengaruh sosial). Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan konstruk multidimensional. Meskipun secara parsial keamanan tidak berpengaruh dan kemudahan berpengaruh negatif, secara simultan ketiganya tetap berperan, menunjukkan adanya efek interaksi yang kompleks. Peningkatan kepuasan nasabah memerlukan pendekatan komprehensif dengan fokus utama pada peningkatan kualitas layanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Keamanan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi 0,065 ($>0,05$) dan koefisien regresi -0,582. Artinya, keamanan dipersepsikan sebagai faktor dasar yang keberadaannya sudah pasti terpenuhi, sehingga tidak menjadi sumber peningkatan kepuasan selama tidak terjadi masalah.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan arah negatif, dibuktikan dengan signifikansi 0,013 ($<0,05$) dan koefisien -0,341. Peningkatan kemudahan justru diikuti penurunan kepuasan, mengindikasikan bahwa nasabah dengan literasi digital tinggi menginginkan kemudahan yang tetap mempertahankan kompleksitas agar terasa aman dan handal.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan signifikansi 0,000 ($<0,05$) dan koefisien 1,038 (paling besar). Semakin baik kualitas layanan (efisiensi, ketersediaan sistem, privasi, jaminan), semakin tinggi kepuasan nasabah, menjadikannya faktor dominan.
4. Ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan F hitung 31,616 $>$ F tabel 2,66 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai R^2 sebesar 0,364 berarti 36,4% variasi kepuasan dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 63,6% dijelaskan faktor lain di luar model.

Saran

Bank perlu meningkatkan integrasi antara keamanan transaksi dan kemudahan penggunaan pada layanan m-banking, misalnya dengan menghadirkan sistem autentikasi yang aman namun tetap sederhana (seperti biometrik/fingerprint), sehingga nasabah merasa aman tanpa mengorbankan kenyamanan saat bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). PT Rajagrafindo Persada.
- Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102.
- Bank Indonesia. (2019). Indonesia payment systems blueprint 2025: Navigating the national payment systems in the digital era. <https://www.bi.go.id>
- Bank NTB Syariah. (2024). Laporan keuangan publikasi bulanan tahun 2024 (Laporan tidak dipublikasikan).
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.
- Esther, D., Kwame, O. K., & Kofi, A. B. (2020). Keamanan layanan keuangan seluler: Perilaku pengguna. *Journal of Cybersecurity Studies*. (doi perlu dilengkapi)
- Fall, F. S., Orozco, L., & Akim, A. M. (2020). Adoption and use of mobile banking by low-income individuals in Senegal. *Review of Development Economics*, 24(2), 569-588.
- Fianto, B. A., Supriani, I., & Kezia, C. (2021). Mobile banking services quality and its impact on
- 10 | Putri Nadia Febriyanti, Stevany Hanalyna Dethan, Baiq Dinna Widiyanti,
Lalu Jatmiko Jati, M. Chothibul Umam Assa'ady ; *The Impact Of Transaction Security, Ease Of ...*

- customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(1), 1-15.
- Fahrul Husni, M., Ramlah, Krisnanto, B., Rizal, M., & Mirna. (2023). Pengaruh kualitas layanan dan kemudahan mobile banking terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia TBK Regional Office X Makassar. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11(2).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heriyana. (2020). Pengaruh kepercayaan dan keamanan terhadap keputusan mahasiswa dalam belanja online (Studi pada mahasiswa STIE Rahmaniyyah Sekayu). *Jurnal Ekonomia*, 10(1).
- Google Play Store. (2025). Ulasan pengguna aplikasi mBanking Bank NTB Syariah.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi ke-9)*. Universitas Diponegoro.
- Hidayah, N., Andriyanti, S., Rismayanti, V., & Victoria, P. V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI mobile banking. *AL-IQTISHOD: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Hidayah, N. R. . ., & Alamsyah, A. N. . (2025). The Role of Customs in Internasional Trade and National Economic Protection. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(1), 39–44. diambil dari <https://journal.stiebpbatam.ac.id/tractare/article/view/173>
- Hidayat, A. S., & Pusparini, H. (2024). The influence of customer satisfaction and its determinants in using mobile banking services. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(9), 4549–4566.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen pemasaran (Edisi 13)*. Erlangga.
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh keamanan, kenyamanan, kualitas layanan dan fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah bank syariah pengguna mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Junianto, P., & Suudiah, V. A. . . (2025). The Role of Payment Technology and Digital Marketing in Shaping Gen Z Consumer Behavior: A Literature Review and Future Research Directions. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(1), 45–48. <https://doi.org/10.62820/trt.v8i1.160>
- Muhyiddin. (2024). Pengaruh kualitas layanan, kecepatan dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah Gen Z dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta [Skripsi sarjana]. IAIN Ponorogo
- Nuraeni, B. E., & Sumarya, E. . . (2025). Strategies To Improve Member Satisfaction Through Analysis Of The Work Environment, Motivation, And Service Quality At CU Tunas Harapan Kota Batam. *Tractare: Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(1), 55–64. <https://doi.org/10.62820/trt.v8i1.165>
- Shahid, S., Islam, J. U., Malik, S., & Hasan, U. (2022). Examining consumer experience in using m-banking apps: A study of its antecedents and outcomes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102876.

- Saleh, I., Kadariah, S., & Dewi, I. P. (2022). Determinants of decisions to use Islamic bank mobile banking services. *JIFTECH: Journal of Islamic Financial Technology*, 1(2), 117–131.\
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta..
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global (Edisi 1)*. Prenada Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. ANDI OFFSET.