

Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Subang

Syifa Nurlatifah¹, Juhadi², Fenny Damayanti Rusmana³

^{1,2,3}STEI Al-Amar Subang

E-mail: syifanurlatifah@gmail.com¹, jahfalnet@gmail.com², fenny.damayanti@steialamar.ac.id³

Article History:

Received: 20 September 2024

Revised: 05 Oktober 2024

Accepted: 11 Oktober 2024

Keywords:

Customer Satisfaction, Service Quality, Digital Banking.

Abstract: Service quality is one of the factors of consumer satisfaction, so service quality is very important for the business world and organizations. Customer satisfaction with banking services brings long-term benefits to the bank and provides a competitive advantage for the bank itself compared to other banks. If customers are consistently satisfied with their bank's services, they are less likely to switch to another service provider or bank. This way, customers are more likely to reuse the service and promote it to others. The aim of this research is to determine "The Influence of Digital Banking Service Quality on Customer Satisfaction at Indonesian Sharia Banks in Subang Regency". This research is a type of quantitative research. The data in this research was collected using a questionnaire from 100 respondents who used digital banking services from sharia banks. This research uses a sampling technique using Purposive Sampling technique. In this research, the data analysis technique used is SPSS version 29 software. The research results show that the quality of digital banking services has a positive and significant effect on customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Globalisasi membawa dampak besar tidak hanya pada kemajuan teknologi namun juga perekonomian. Suprijanto dikutip (Sembiring, 2024) bahwa globalisasi adalah proses yang memungkinkan masyarakat di dunia berkolaborasi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk budaya, ekonomi, politik, teknologi, dan lingkungan. Ada dua faktor yang mempengaruhi globalisasi. Dengan kata lain Pertama terkait perkembangan teknologi dan kedua terkait transformasi sosial budaya.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Romdlan dikutip (Damayanti, 2020) bahwa perkembangan sektor perbankan syariah di indonesia relatif pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya bank syariah yang didirikan baik secara mikro maupun makro, serta beragam nya layanan dan produk yang ditawarkan. Munculnya

perbankan syariah diawali dengan berkembangnya aktivitas perekonomian di masyarakat yang kemudian mengedepankan unsur syariah agar terbebas dari riba dan diperlukannya lembaga yang mampu mengelola uang untuk memajukan aktivitas perekonomian masyarakat.

Industri perbankan juga memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Teknologi telah berkembang sehingga transaksi perbankan tidak lagi dilakukan secara manual melainkan otomatis, sehingga nasabah sendiri dapat melakukan proses transaksi dengan cepat dan mudah. Dampak dari perkembangan teknologi itu sendiri adalah berkembangnya bisnis elektronik dan perbankan elektronik (Fasa, 2020).



Gambar 1. 1 Transaksi Digital Banking Tahun 2018-2023
 Sumber: (Bank Indonesia, 2022)

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan Agustus 2023 nilai transaksi digital banking secara nasional mencapai Rp5.098,6 triliun atau sekitar Rp5,1 kuadriliun. Nilai itu meningkat 1,3% dibanding Juli 2023, serta tumbuh 11,9% dibanding setahun sebelumnya. Nilai transaksi digital banking atau perbankan digital yang tercatat di atas adalah gabungan dari transaksi internet banking, SMS/mobile banking, dan phone banking.

Menurut definisi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dikutip (Labetubun, 2021), internet banking adalah transaksi perbankan menggunakan komputer dan internet melalui situs web khusus milik bank. Kemudian mobile banking adalah transaksi perbankan menggunakan ponsel, melalui aplikasi smartphone yang disediakan bank. Sedangkan phone banking adalah transaksi perbankan melalui telepon, di mana nasabah menghubungi pusat layanan bank, kemudian pihak bank memproses transaksi nasabah melalui staf khusus atau program otomatis.

Dalam upaya peningkatan layanan BSI di seluruh Indonesia, saat ini BSI telah memiliki lebih dari 1.100 kantor cabang yang terbesar di seluruh Indonesia, 2.564 mesin ATM dan 86.200 agen laku pandai BSI Smart yang siap melayani masyarakat Indonesia. Pada tahun 2023 jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 6.3 juta orang dimana pembukaan rekening Online On Boarding (OOB) mencapai 86%.

Bank berkepentingan untuk memberikan layanan terbaik, terutama dalam layanan digital. Kepuasan nasabah seringkali dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang diterima, dimana kualitas pelayanan menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan. Sudirman dikutip (Sudirman, 2020) bahwa standar kualitas pelayanan dapat diperhitungkan dengan membandingkan kenyataan yang diterima pelanggan dengan hasil yang diharapkan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kepuasan konsumen, sehingga kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting bagi dunia usaha dan organisasi (Sofyan, 2020). Bukti empiris menunjukkan bahwa organisasi yang mampu meningkatkan penjualan, keuntungan, dan efisiensi biaya adalah organisasi yang kegiatannya berfokus pada kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Selain kualitas layanan, fitur produk juga menjadi faktor yang sangat penting bagi kepuasan pelanggan.

Indiawati dikutip (Athik Hidayatul Ummah, 2021) bahwa kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan membawa manfaat jangka panjang bagi bank dan memberikan keunggulan kompetitif bagi bank itu sendiri dibandingkan bank lain. Jika nasabah secara konsisten merasa puas dengan layanan banknya, kecil kemungkinannya untuk beralih ke penyedia layanan atau bank lain. Dengan cara ini, pelanggan cenderung menggunakan kembali layanan tersebut dan mempromosikannya kepada orang lain.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian mengenai pengaruh layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah, karena hal ini sangat penting agar kepuasan nasabah dalam menerima layanan dapat tercapai, terutama pada nasabah yang menggunakan fasilitas layanan digital banking pada bank syariah Indonesia.

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan Digital Banking

Kualitas layanan adalah perbandingan kualitas yang diterima pelanggan, yaitu kualitas setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diinginkan atau diharapkan (*expected quality*). Dengan arti bahwa, jika layanan yang didapat oleh pelanggan mempunyai nilai lebih rendah dari yang diharapkan, maka akan berdampak terhadap tingkat keinginan (*interest*) pelanggan yang akan mengalami penurunan (Hannan dkk., 2019). Wardhana dikutip (Arifudin, 2021) menjelaskan kualitas layanan merupakan isu strategis pada setiap organisasi pemasaran, terlepas dari bentuk produk yang diproduksi. Kualitas layanan dapat dinilai dengan melihat tingkat kesesuaian dari layanan yang diharapkan para nasabah dengan yang diterima nasabah. Apabila tingkat kualitas layanan yang diberikan atau dirasakan oleh nasabah semakin baik, maka tingkat kepuasan pengguna layanan juga akan semakin baik. Hal ini dapat menimbulkan dampak positif terhadap sikap yang dilakukan oleh nasabah, apakah ingin menggunakan kembali layanan tersebut atau tidak (Sondakh., 2015).

Dalam dunia perbankan, layanan digital yang disediakan oleh bank memberikan dukungan penting kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Dimana terdapat macam-macam layanan yang bisa digunakan nasabah, diantaranya yakni internet banking dan mobile banking. Internet banking adalah layanan atau fungsi yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan nasabah menerima informasi transaksi perbankan melalui situs web bank melalui internet (Rusdianti, 2017). Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui layanan internet banking, karena nasabah tetap terhubung dengan bank melalui internet, sehingga nasabah tidak perlu datang ke cabang bank. Sedangkan mobile banking adalah suatu layanan dari bank yang bisa

membantu para nasabah untuk berkomunikasi dengan bank melalui perangkat mobile yang dikenal dengan handphone ataupun smartphone.

Kepuasan Nasabah

Rahmawanti dikutip (Hadiansah, 2021) bahwa nasabah diartikan sebagai pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah tidak hanya berupa masyarakat yang telah membuka buku rekening tetapi juga termasuk pihak yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in customer*). Menurut (Tharanikaran, 2017) bahwa kepuasan merupakan sebuah konsep yang menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidak di dalam pasar. Kepuasan nasabah menjadi prioritas penting yang perlu diperhatikan serta sangat dibutuhkan untuk perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan. Kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam konteks layanan digital.

Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara mendorong dimana perusahaan sebaiknya memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dalam pelayanannya dan meminimalkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan pada saat menggunakan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Tanjung, 2020).

Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang berdasarkan prinsip syariah islam. Berdasarkan prinsip syariah, artinya bank beroperasi sesuai dengan ketentuan syariah islam, khususnya dalam tata cara bermuamalah (Shavab, 2021). Proses bermuamalah menghindari praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur riba, dan kegiatannya berbasis bagi hasil. Dilatarbelakangi krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1998 dan keluarnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang isinyamengatur tentang peluang usaha syariah bagi bank konvensional, perbankan syariah mulai mengalami perkembangan dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri pada 1999 dan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BNI pada tahun 2000, serta bank-bank syariah dan UUS lain pada tahun-tahun berikutnya. Sepuluh tahun setelah UU Nomor 10 Tersebut, pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia mengeluarkan UU Nomor 20 tentang Sukuk dan UU Nomor 21 tentang perbankan Syariah pada tahun 2008. Perkembangan perbankan syariah di indonesia mencerminkan kebutuhan masyarakat akan alternatif sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain penyediaan jasa perbankan dan keuangan yang sehat, perkembangan sistem keuangan islam sebenarnya dimulai sebelum pemerintah menetapkan dasar hukum formal untuk operasional bisnis (Bairizki, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme dan dianggap sebagai metode ilmiah atau scientific karena memenuhi standar ilmiah secara sistematis, obyektif, terukur, rasional, dan konkret. Penelitian kuantitatif berfokus pada analisis data numerik, atau angka, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik yang sesuai.

Penelitian ini menggunakan kedua metode statistik deskriptif dan verifikatif. Statistik deskriptif menganalisis data sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum (Sugiyono, 2017). Sementara itu, metode verifikatif didefinisikan sebagai

penelitian yang menguji hipotesis yang telah ditetapkan pada populasi atau sampel tertentu.

Semua orang atau individu yang berpartisipasi atau ikut serta dalam suatu kegiatan disebut sebagai partisipan. Menurut Sumarto dikutip (Arifudin, 2024), partisipasi didefinisikan sebagai: "Pengambilan bagian atau keterlibatan orang atau masyarakat dengan cara memberikan dukungan (tenaga, pikiran, dan materi) dan tanggung jawabnya terhadap setiap keputusan yang telah diambil demi tercapainya tujuan yang telah ditentukan bersama." Dalam penelitian ini, peneliti memasukkan banyak partisipasi, seperti Nasabah Pegadaian, dan Staff/Karyawan Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Subang.

Menurut Daryono dalam (Arifudin, 2023), populasi adalah keseluruhan jumlah objek atau subjek yang memiliki kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan tentangnya. Ini karena penelitian hanya dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengendalikan beberapa aspek dari populasi. Menurut penulis, subjek penelitian ini adalah klien Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Subang.

Bogdan dan Taylor dikutip (Tanjung, 2023) bahwa analisis data adalah proses yang merinci usaha formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Analisis yang dipakai pada penelitian ini adalah Pendekatan Kuantitatif Analisis Deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari nasabah Bank syariah KCP Subang berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan responden. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner maka diperoleh data sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka jenis kelamin pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan.

2) Usia Responden

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka usia responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu 16-25 tahun, 25-35 tahun, 36-40 tahun dan > 40 tahun. Dari data yang ada bahwa responden berusia 17-25 tahun terdapat 71 orang, usia 25-35 tahun sebanyak 18 orang, usia 36-40 tahun sebanyak 6 orang, dan usia > 40 tahun sebanyak 5 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna layanan digital banking BSI KCP Subang yang terbanyak berusia < 25 tahun.

3) Tingkat Pendidikan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka peneliti membagi tingkatan pendidikan terakhir responden menjadi 2 kategori, yaitu SD s/d SMA dan D3/Sarjana. Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna layanan digital banking BSI KCP Subang yang berpendidikan terakhir D3/Sarjana adalah yang terbanyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 70 responden. Sedangkan berpendidikan terakhir SD s/d SMA berjumlah 30 orang.

4) Pekerjaan

Dalam pengelolaan data hasil penelitian maka peneliti membagi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menjadi empat kategori. Berdasarkan data nasabah yang menjadi responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa sebesar 60 orang, PNS sebesar 25 orang, wiraswasta sebesar 12 orang, ibu rumah tangga sebesar 3 orang. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa nasabah pengguna layanan digital banking BSI KCP Subang didominasi oleh pelajar/mahasiswa.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 1.1
Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,828	4,682		,391	,697
	Kualitas layanan (X)	1,118	,110	,715	10,177	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui variabel kualitas layanan digital banking (X) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Dari tabel tersebut diperoleh nilai t hitung = 10,177 yang artinya t hitung > t tabel (10,177 > 1, 290) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,10. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel kualitas layanan digital banking (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada tabel 4.7 diperoleh nilai (R²) yaitu sebesar 0,715. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,715 = 72% dan sisanya 28% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi dari variabel kualitas layanan mobile banking sebesar 0,001 < 0,01 (sig < α = 10%) sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Subang.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan digital banking sebesar 1,118. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas layanan digital banking dengan kepuasan nasabah. Terjadinya hubungan positif antara kualitas layanan digital banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di KCP Subang disebabkan oleh adanya pelayanan yang dapat diandalkan, cepat, kemudahan bertransaksi, dapat digunakan kapanpun dan dimanapun, fitur-fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, tampilan jelas dan menarik sehingga dapat memberikan pandangan lebih dari nasabah karena dapat memenuhi segala kebutuhannya dalam bertransaksi. Jika kualitas layanan mobile banking ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner berdasarkan indikator kualitas layanan menunjukkan jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan sangat setuju dan setuju.

- c. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rofiqoh dkk, 2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan mobile banking yang di berikan Bank Aceh Syariah di Kecamatan Kuta Alam, maka nasabah semakin merasa puas dengan layanan tersebut.
- d. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Thomas, dkk dikutip (Arifudin, 2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Meningginya tingkat kesesuaian antara harapan dengan kualitas layanan yang diberikan perusahaan, merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian serta melakukan pengambilan data dari nasabah pengguna layanan digital banking pada Bank Syariah KCP Subang. Maka peneliti menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu: a) Tingkat variabel kualitas layanan digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan mobile banking sebesar $0,001 < 0,01$ ($\text{sig} < \alpha=10\%$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, b) Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan uji koefisien determinasi diketahui nilai R^2 diperoleh hasil yaitu sebesar 1,118 yang berarti variabel (X) kualitas layanan secara parsial dapat menjelaskan hubungan dengan variabel kepuasan nasabah (Y), serta c) Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan digital banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah KCP Subang. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas layanan menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.

DAFTAR REFERENSI

- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Banyumas : Pena Persada.
- Arifudin, O. (2022). Implementation Of Internal Quality Assurance System In Order To Improve The Quality Of Polytechnical Research. *International Journal of Social Science, Education, Communication and Economics (SINOMICS JOURNAL)*, 1(3), 297–306.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Arifudin, O. (2024). Utilization of artificial intelligence in scientific writing. *Journal of Technology Global*, 1(2), 131–140.
- Athik Hidayatul Ummah. (2021). *Komunikasi Korporat Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Media Utama.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Perubahan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Bank Indonesia. (2022). *Proyek Garuda Menavigasi Arsitektur Digital Rupiah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Damayanti, F. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Karakteristik Individu Terhadap Kinerja Pegawai Bank BRI Syariah Kabupaten Subang. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(1), 35–45.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

-
- Hadiansah, D. (2021). *Membaca Perspektif Balanced Scorecard*. Bandung: Azka Hafidz Maulana Foundation.
- Hannan dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia.*, 1(1), 42–53.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Rofiqoh dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Jasa Transportasi Online dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi.*, 9(4), 91-107.
- Rusdianti. (2017). Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan BNI E-Banking. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya.*, 18(2), 226–236.
- Sembiring, I. M. (2024). Pendidikan Agama Islam Berwawasan Global Sebagai Dasar Paradigma Dan Solusi Dalam Menghadapi Era Society 5. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 305–314.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 341–352.
- Sondakh. (2015). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen.*, 19(1), 1–10.
- Sudirman, A. (2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tanjung, R. (2020). Pengembangan UKM Turubuk Pangsit Makanan Khas Kabupaten Karawang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 323–332.
- Tanjung, R. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Menulis Jurnal Ilmiah. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 1(1), 42–52.
- Tharanikaran. (2017). Service Quality and Customer Satisfaction in the Electronic Banking. *International Journal of Business and Management.*, 12(4), 67–77.