

KUALITAS PELAYANAN, DIGITALISASI TEKNOLOGI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPR INDRA CANDRA CABANG SEMPIDI

Komang Sri Widiyanti¹, Kadek Sriani², Desak Made Febri Purnama Sari³, I Gusti Ayu Tirtayani⁴

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia¹

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia²

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia³

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia⁴

E-mail: ksriani38@gmail.com

Abstract: Rural banks are increasingly required to respond to customer expectations that have changed along with the expansion of digital banking. This research assessed whether service quality, technology digitalization, and trust influence customer satisfaction at PT BPR Indra Candra Sempidi Branch. The study employed an explanatory quantitative approach involving 129 active customers, selected purposively from 736 customers registered during January-April 2026. Responses were obtained through a five-point Likert-scale questionnaire and processed using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics. All measurement items passed the validity and reliability tests, while the regression equation complied with the requirements for normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. The results indicate that service quality and trust each contribute positively and significantly to satisfaction, whereas technology digitalization has the largest relative contribution. The joint test also confirms that the three predictors significantly explain customer satisfaction. These results suggest that dependable digital facilities should be integrated with responsive employee assistance and transparent banking information.

Keywords: *Banking Experience; Digital Transformation; Customer Trust; User Satisfaction; Rural Bank.*

Abstrak: Perkembangan layanan digital mendorong perubahan pada cara nasabah menilai pelayanan bank, termasuk pada bank perekonomian rakyat. Penelitian ini menguji peran kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan dalam membentuk kepuasan nasabah PT BPR Indra Candra Cabang Sempidi. Pendekatan kuantitatif eksplanatori diterapkan kepada 129 nasabah aktif yang ditentukan secara purposif dari 736 nasabah yang tercatat selama Januari-April 2026. Jawaban responden dihimpun melalui kuesioner berskala Likert lima poin, kemudian diolah menggunakan regresi linear berganda pada IBM SPSS Statistics. Seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel, serta model telah memenuhi pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Secara parsial, kualitas pelayanan dan kepercayaan meningkatkan kepuasan secara positif dan signifikan. Digitalisasi teknologi juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi prediktor dengan kontribusi relatif terbesar. Hasil pengujian bersama menunjukkan bahwa ketiga variabel secara signifikan menerangkan variasi kepuasan nasabah. Dengan demikian, penguatan layanan digital perlu dilaksanakan bersama peningkatan respons pegawai dan keterbukaan informasi perbankan.

Kata Kunci: *Pengalaman Layanan; Transformasi Digital; Kepercayaan Nasabah; Kepuasan Pengguna; BPR.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah menggeser pola pelayanan perbankan dari ketergantungan pada kantor fisik menuju layanan yang memadukan interaksi langsung dengan kanal digital. Pergeseran tersebut juga dialami oleh bank perekonomian rakyat yang beroperasi dekat dengan masyarakat setempat. Dalam menilai sebuah bank, nasabah tidak lagi hanya memperhatikan keamanan dana. Mereka turut mempertimbangkan kemudahan memperoleh informasi, kelancaran transaksi, pengalaman menggunakan aplikasi, serta kualitas bantuan ketika muncul masalah. Oleh sebab itu, tingkat kepuasan menjadi ukuran strategis untuk melihat sejauh mana bank mampu menjawab kebutuhan yang berubah dan menjaga hubungan dengan nasabah dalam jangka panjang.

Kepuasan terbentuk melalui perbandingan antara harapan sebelum menerima layanan dan pengalaman nyata setelah layanan digunakan. Perspektif ini sejalan dengan Expectancy Disconfirmation Theory: penilaian positif muncul apabila kinerja mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi, sedangkan kinerja yang berada di bawah harapan menimbulkan ketidakpuasan (Oliver, 1980). Pada layanan perbankan, ekspektasi nasabah mencakup ketepatan dan kecepatan pelayanan, kemudahan sistem digital, keamanan transaksi, serta kejelasan informasi. Karena seluruh unsur tersebut dialami sebagai satu rangkaian layanan, kepuasan perlu dianalisis dengan memperhatikan dimensi manusia, teknologi, dan hubungan kepercayaan secara terpadu.

Walaupun penggunaan teknologi terus meningkat, mutu interaksi dengan pegawai tetap menjadi bagian pokok dalam pengalaman nasabah. Pegawai berperan dalam memahami kebutuhan, memberi respons atas keluhan, dan memastikan setiap proses diselesaikan secara benar. Bukti empiris dari Akob (2022), Annisa et al., (2025) & Lubis et al., (2025) memperlihatkan bahwa peningkatan kualitas layanan berkaitan dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Artinya, kehadiran kanal digital tidak menggantikan fungsi pelayanan langsung. Pendampingan pegawai tetap dibutuhkan saat nasabah memerlukan penjelasan, mengalami hambatan dalam penggunaan sistem, atau membutuhkan konfirmasi mengenai transaksi.

Digitalisasi pada sisi lain membentuk standar baru mengenai kepraktisan bertransaksi. Melalui aplikasi, nasabah dapat memeriksa rekening, memindahkan dana, melakukan pembayaran, dan mengakses informasi tanpa sepenuhnya bergantung pada jam buka kantor. Menurut Technology Acceptance Model, penerimaan pengguna terutama ditentukan oleh manfaat yang dirasakan dan kemudahan pemakaian teknologi (Davis, 1989). Sistem yang fungsional, mudah dipahami, cepat, dan stabil cenderung dipakai kembali serta mendorong penilaian yang lebih baik terhadap bank. Temuan Alifandi dan Alifandi & Fasa (2025), Lesmana & Balqiah (2023), serta Shabani et al., (2022) juga mengindikasikan bahwa efisiensi proses dan kenyamanan penggunaan layanan elektronik dapat memperkuat kepuasan.

Namun, tersedianya aplikasi belum dengan sendirinya menjamin bahwa nasabah memperoleh manfaat digital. Kinerja sistem yang tidak konsisten, susunan menu yang membingungkan, fitur yang terbatas, ataupun minimnya pendampingan dapat menurunkan pengalaman penggunaan. Azzahro (2025) bahkan melaporkan bahwa digitalisasi tidak selalu menghasilkan pengaruh langsung terhadap kepuasan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas implementasi serta karakteristik pengguna turut menentukan keberhasilan transformasi digital. Bagi bank dengan nasabah yang beragam dari sisi usia dan pekerjaan, keandalan sistem dan edukasi penggunaan perlu memperoleh perhatian yang setara dengan pengembangan teknologi.

Selain pelayanan dan teknologi, kepercayaan menjadi dasar penting dalam penilaian nasabah. Aktivitas perbankan menyangkut dana serta informasi pribadi, sehingga nasabah harus yakin bahwa bank bertindak kompeten, berintegritas, dan konsisten dalam melindungi kepentingan mereka. Keyakinan tersebut dibangun melalui reputasi, kestabilan mutu layanan, keterbukaan penjelasan, dan pengalaman transaksi yang aman. Penelitian Julaiha & Sopingi (2025) & Zarwani & Armaniah (2026) menunjukkan bahwa kepercayaan dapat meningkatkan kepuasan karena membuat risiko dan ketidakpastian yang dirasakan nasabah menjadi lebih rendah.

PT BPR Indra Candra Cabang Sempidi dipilih karena menyediakan konteks yang sesuai untuk menilai keterkaitan pelayanan, digitalisasi, dan kepercayaan. Sebagai cabang awal dalam jaringan PT BPR Indra Candra, Cabang Sempidi memiliki riwayat operasional yang cukup panjang. Pelayanan di kantor kini berjalan bersama fasilitas Indra Mobile yang disediakan untuk mendukung transaksi nasabah. Hasil pengamatan awal menunjukkan adanya apresiasi terhadap keramahan pegawai dan mutu pelayanan, tetapi beberapa nasabah masih menilai proses tertentu terlalu panjang atau belum cukup cepat. Variasi pengalaman tersebut menandakan bahwa kepuasan belum dirasakan secara seragam dan perlu dianalisis melalui pengujian berbasis data.

Literatur mengenai kepuasan dalam sektor perbankan terus bertambah, tetapi masih menyisakan tiga persoalan penelitian. Pertama, bukti tentang dampak digitalisasi terhadap kepuasan belum sepenuhnya konsisten. Alifandi & Fasa, (2025), Lesmana & Balqiah (2023), serta Shabani et al., (2022) menemukan manfaat positif melalui peningkatan kemudahan dan efisiensi, sedangkan Azzahro (2025) tidak memperoleh pengaruh langsung yang signifikan. Kedua, sebagian kajian lebih banyak mengambil konteks bank umum, perbankan syariah, atau penggunaan mobile banking, sehingga bukti empiris pada Bank Perekonomian Rakyat yang sedang memperluas layanan digital masih terbatas. Ketiga, kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan sering diuji secara terpisah atau hanya dalam kombinasi tertentu. Akibatnya, perbandingan kontribusi ketiganya terhadap kepuasan belum dijelaskan secara memadai. Penelitian ini menanggapi celah

tersebut dengan menilai ketiga variabel secara serentak pada konteks BPR dan menentukan prediktor yang memiliki kontribusi relatif terbesar.

Kebaruan penelitian diletakkan pada objek, susunan model, dan kedalaman analisis. Dari sisi objek, penelitian berfokus pada BPR yang memiliki karakter pelayanan dan kesiapan digital berbeda dari bank umum, tetapi belum banyak dibahas dalam kajian transformasi layanan. Dari sisi model, kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan ditempatkan secara bersama sebagai faktor yang menjelaskan kepuasan dalam sistem perbankan hibrida. Dari sisi analisis, penelitian tidak berhenti pada keputusan signifikan atau tidak signifikan, melainkan turut membandingkan besarnya kontribusi relatif setiap prediktor. Dengan pendekatan tersebut, hasil penelitian diharapkan memperluas penerapan Expectancy Disconfirmation Theory dan Technology Acceptance Model pada lingkungan BPR serta menyediakan dasar yang lebih terarah bagi perumusan strategi digital.

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai desain kuantitatif eksplanatori untuk menilai hubungan sebab-akibat antara kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, kepercayaan, dan kepuasan nasabah. Pengumpulan data dilakukan di PT BPR Indra Candra Cabang Sempidi, Kabupaten Badung, Bali. Cabang tersebut dipilih karena merupakan cabang awal yang telah beroperasi relatif lama dan telah menjalankan pelayanan melalui kantor maupun kanal digital.

Kerangka populasi mencakup 736 nasabah aktif yang tercatat sepanjang Januari-April 2026. Perhitungan dengan rumus Slovin pada margin of error 8% menghasilkan 128,89, kemudian dibulatkan menjadi 129 responden. Sampel diperoleh melalui non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Partisipan wajib berstatus nasabah aktif minimal enam bulan, memiliki pengalaman menggunakan pelayanan langsung atau berbasis teknologi, serta pernah memakai layanan digital PT BPR Indra Candra dalam satu bulan sebelum survei. Persyaratan tersebut ditetapkan agar penilaian responden didasarkan pada pengalaman layanan yang masih relevan.

Data primer dihimpun selama kurang lebih satu bulan melalui kuesioner dengan pilihan jawaban 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Konstruk kualitas pelayanan terdiri atas lima pernyataan yang mencakup aspek fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan empati. Digitalisasi teknologi dinilai menggunakan empat pernyataan tentang kemudahan, efisiensi, keandalan sistem, dan akses. Empat indikator kepercayaan mewakili kredibilitas, integritas, komitmen, serta kompetensi. Kepuasan nasabah juga diukur dengan empat butir, yaitu kesesuaian dengan harapan, rasa puas, ketepatan memilih bank, dan kemauan memberikan rekomendasi. Uji awal instrumen dilakukan terhadap 30 responden pertama sebelum keseluruhan data dianalisis. Suatu butir dipertahankan apabila nilai Corrected Item-Total Correlation melebihi 0,30, sedangkan reliabilitas konstruk diterima pada Cronbach's Alpha di atas 0,60. Setelah setiap indikator memenuhi kedua persyaratan tersebut, seluruh jawaban dari 129 responden diproses menggunakan IBM SPSS Statistics.

Tahapan analisis mencakup penyajian deskriptif, pemeriksaan asumsi klasik, estimasi regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Distribusi residual diperiksa dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov dan dinilai normal apabila signifikansinya melampaui 0,05. Potensi multikolinearitas dinilai melalui tolerance > 0,10 dan variance inflation factor < 10, sedangkan heteroskedastisitas diperiksa memakai uji Glejser dengan batas signifikansi > 0,05. Persamaan yang diestimasi adalah $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$; Y menunjukkan kepuasan nasabah, X1 kualitas pelayanan, X2 digitalisasi teknologi, dan X3 kepercayaan. Uji t digunakan untuk menilai pengaruh individual, uji F untuk pengaruh gabungan, dan adjusted R square untuk melihat daya jelas model pada taraf signifikansi 5%.

HASIL PENELITIAN

Seluruh 129 kuesioner memenuhi syarat untuk dianalisis. Sebanyak 85 responden (65,9%) merupakan perempuan dan 44 responden (34,1%) laki-laki. Kelompok umur 36-45 tahun menjadi kelompok terbesar dengan 48 orang (37,2%). Berdasarkan pekerjaan, responden paling banyak berasal dari wirausaha, yaitu 42 orang (32,6%). Tabungan merupakan layanan utama bagi 47 responden (36,4%), kemudian kredit atau pinjaman sebesar 25,6%. Susunan tersebut menunjukkan bahwa sampel mencakup nasabah yang aktif menggunakan produk simpanan, pembiayaan, pelayanan kantor, dan fasilitas digital.

Tabel 1 Karakteristik responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis kelamin	Pria	44	34,1
	Wanita	85	65,9
Usia	17–25 tahun	30	23,3
	26–35 tahun	34	26,4
	36–45 tahun	48	37,2
	>45 tahun	17	13,2
Pekerjaan	Pelajar	2	1,6
	Mahasiswa	18	14,0
	Pegawai swasta	18	14,0
	Pegawai negeri	22	17,1
	Wirausaha	42	32,6
Layanan utama	Ibu rumah tangga	27	20,9
	Tabungan	47	36,4
	Deposito	12	9,3
	Kredit/pinjaman	33	25,6
	Mobile banking	21	16,3
	Transaksi di kantor cabang	16	12,4

Sumber: Data diolah, 2026.

Komposisi sampel memperlihatkan bahwa penilaian digital tidak hanya diberikan oleh nasabah berusia muda yang umumnya lebih terbiasa dengan teknologi. Dominasi kelompok usia produktif menengah menunjukkan bahwa kanal digital dinilai terutama dari manfaat praktisnya dalam menghemat waktu dan menyederhanakan proses. Pada saat yang sama, besarnya proporsi pengguna tabungan dan kredit menegaskan bahwa pelayanan tatap muka masih dibutuhkan, khususnya untuk transaksi yang memerlukan verifikasi, penjelasan, dan penyelesaian administrasi.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua pernyataan layak digunakan. Corrected Item-Total Correlation berkisar antara 0,536 dan 0,814, sehingga seluruh nilainya melampaui kriteria 0,30. Konsistensi internal empat konstruk juga memenuhi ketentuan, dengan Cronbach's Alpha antara 0,816 dan 0,891. Angka tersebut menandakan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang cukup dengan konstruknya serta menghasilkan pengukuran yang konsisten.

Tabel 2 Ringkasan validitas, reliabilitas, dan statistik deskriptif

Variabel	Jumlah item	Rentang item-total	korelasi	Cronbach's Alpha	Rata-rata
Kualitas pelayanan (X1)	5	0,623–0,788		0,885	4,21
Digitalisasi teknologi (X2)	4	0,727–0,779		0,881	4,30
Kepercayaan (X3)	4	0,725–0,814		0,891	4,28
Kepuasan nasabah (Y)	4	0,536–0,701		0,816	4,25

Sumber: Data diolah, 2026.

Nilai rata-rata setiap konstruk berada di atas 4,00. Digitalisasi teknologi memperoleh skor tertinggi (4,30), disusul kepercayaan (4,28), kepuasan (4,25), dan kualitas pelayanan (4,21). Pada konstruk pelayanan, kesiapan pegawai mencatat nilai 4,38 sebagai indikator tertinggi, sedangkan pemahaman atas kebutuhan nasabah berada pada posisi terendah dengan 4,11. Pada digitalisasi, kecepatan transaksi mencapai 4,33 dan stabilitas sistem 4,26. Kejujuran penyampaian informasi menjadi indikator kepercayaan tertinggi (4,35), sedangkan reputasi bank bernilai 4,24. Dalam konstruk kepuasan, kemauan merekomendasikan memperoleh 4,29 dan kesesuaian layanan dengan harapan memperoleh 4,21.

Temuan deskriptif tersebut menggambarkan penilaian yang secara umum baik, tetapi belum berarti seluruh aspek layanan telah optimal. Dua area yang paling memerlukan perhatian adalah kemampuan pelayanan menyesuaikan kebutuhan individual dan konsistensi performa sistem digital. Dengan membaca indikator bernilai paling rendah, bank dapat menentukan prioritas perbaikan agar kepuasan tidak hanya ditopang oleh keramahan atau kecepatan, melainkan juga oleh solusi yang relevan dan sistem yang stabil.

Seluruh prasyarat regresi dapat dipenuhi. One-Sample Kolmogorov-Smirnov memberikan nilai signifikansi 0,200, sehingga residual dinilai mengikuti distribusi normal. Nilai tolerance berada pada 0,584–0,683 dan VIF pada 1,465–1,713; hasil tersebut tidak menunjukkan multikolinearitas. Pada uji Glejser, signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,140, digitalisasi teknologi 0,504, dan

kepercayaan 0,748. Karena masing-masing nilai berada di atas 0,05, indikasi heteroskedastisitas tidak ditemukan.

Tabel 3 Ringkasan uji asumsi klasik

Uji	Variabel	Hasil	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	Residual	Sig. = 0,200	Sig. > 0,05	Normal
Multikolinearitas	X1	Tol. 0,683; VIF 1,465	Tol. > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi
	X2	Tol. 0,584; VIF 1,713	Tol. > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi
	X3	Tol. 0,613; VIF 1,631	Tol. > 0,10; VIF < 10	Tidak terjadi
Heteroskedastisitas	X1	Sig. = 0,140	Sig. > 0,05	Tidak terjadi
	X2	Sig. = 0,504	Sig. > 0,05	Tidak terjadi
	X3	Sig. = 0,748	Sig. > 0,05	Tidak terjadi

Sumber: Data diolah, 2026.

Estimasi regresi menghasilkan $Y = 3,676 + 0,175X_1 + 0,304X_2 + 0,258X_3 + e$, dengan seluruh arah koefisien positif. Kualitas pelayanan memperoleh $B = 0,175$, $t = 2,930$, dan $p = 0,004$. Digitalisasi teknologi memiliki $B = 0,304$, $t = 3,691$, dan $p < 0,001$, sedangkan kepercayaan memiliki $B = 0,258$, $t = 3,433$, dan $p = 0,001$. Dengan demikian, H1, H2, dan H3 diterima. Perbandingan standardized beta menempatkan digitalisasi teknologi sebagai prediktor terbesar (0,313), lalu kepercayaan (0,284) dan kualitas pelayanan (0,230).

Tabel 4 Hasil Regresi Linear Berganda Dan Uji Parsial

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keputusan
Konstanta	3,676	1,269	–	2,898	0,004	–
Kualitas pelayanan (X1)	0,175	0,060	0,230	2,930	0,004	H1 diterima
Digitalisasi teknologi (X2)	0,304	0,082	0,313	3,691	<0,001	H2 diterima
Kepercayaan (X3)	0,258	0,075	0,284	3,433	0,001	H3 diterima

Sumber: Data diolah, 2026.

Pengujian model secara keseluruhan menghasilkan $F = 37,572$ dengan $p < 0,001$, sehingga H4 diterima. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan secara kolektif berhubungan dengan kepuasan. Koefisien korelasi model sebesar 0,689, sedangkan R square mencapai 0,474 dan adjusted R square 0,462. Setelah penyesuaian terhadap jumlah prediktor, model menerangkan 46,2% perubahan kepuasan; bagian lain sebesar 53,8% berkaitan dengan variabel yang tidak tercakup dalam penelitian.

Tabel 5 Uji Simultan Dan Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig.
0,689	0,474	0,462	37,572	<0,001

Sumber: Data diolah, 2026. Variabel dependen: kepuasan nasabah.

PEMBAHASAN

1) Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah

Koefisien kualitas pelayanan yang positif menunjukkan bahwa interaksi nasabah dengan pegawai tetap relevan dalam membentuk kepuasan pada BPR. Ketika faktor lain dibuat tetap, peningkatan ketelitian prosedur, kecepatan respons, jaminan layanan, empati, dan kondisi fasilitas diikuti oleh peningkatan kepuasan. Hasil ini dapat dijelaskan melalui Expectancy

Disconfirmation Theory. Nasabah mengharapkan proses yang jelas dan penanganan kebutuhan yang profesional; karena itu, respons cepat dan penyelesaian yang akurat menjadi bentuk kinerja aktual yang mengonfirmasi harapan tersebut.

Dari lima dimensi pelayanan, responsivitas memperoleh penilaian paling tinggi. Bagi nasabah BPR, kemampuan pegawai memberikan bantuan tanpa penundaan memiliki manfaat langsung, sekaligus memperkuat keunggulan relasional yang menjadi ciri lembaga keuangan lokal. Namun, skor terendah terdapat pada kemampuan memahami kebutuhan individual. Artinya, pelayanan yang cepat belum tentu menghasilkan solusi yang paling sesuai. Nasabah masih mengharapkan penjelasan dan pilihan penyelesaian yang mempertimbangkan kondisi mereka secara khusus.

Arah hasil ini konsisten dengan Akob (2022), Annisa et al. (2025), serta Lubis et al. (2025), yang sama-sama melaporkan bahwa kualitas layanan mendorong kepuasan. Implikasi praktisnya bukan hanya menjaga kecepatan respons, tetapi juga memperdalam pemahaman pegawai terhadap konteks nasabah. Bank dapat mengelompokkan kebutuhan menurut jenis layanan, memberikan penjelasan yang lebih situasional, dan melakukan tindak lanjut setelah transaksi selesai. Langkah tersebut akan meningkatkan ketepatan solusi, bukan sekadar menambah kesan ramah.

2) Digitalisasi teknologi dan kepuasan nasabah

Di antara ketiga prediktor, digitalisasi teknologi memiliki kontribusi relatif paling besar. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kemudahan, kecepatan, keandalan, dan keluasan akses telah menjadi komponen utama dalam evaluasi nasabah Cabang Sempidi. Skor tertinggi pada kecepatan transaksi menandakan bahwa kanal digital berhasil memangkas waktu dan tahapan pelayanan. Hasil ini mendukung Technology Acceptance Model karena manfaat yang dirasakan mendorong penerimaan teknologi dan selanjutnya memperbaiki penilaian terhadap layanan bank.

Walaupun penilaian digitalisasi tergolong tinggi, stabilitas sistem masih menjadi indikator dengan skor paling rendah. Bahkan gangguan yang tidak sering terjadi dapat menimbulkan keraguan terhadap status transaksi dan mengurangi rasa aman dalam menggunakan kanal digital. Oleh sebab itu, penambahan fitur sebaiknya tidak mengurangi perhatian pada reliabilitas. Informasi transaksi yang tegas, notifikasi ketika terjadi keterlambatan, dan dukungan yang cepat perlu tersedia agar gangguan dapat ditangani tanpa memperburuk pengalaman nasabah.

Temuan mengenai pengaruh digitalisasi sejalan dengan Alifandi & Fasa (2025), Lesmana & Balqiah, (2023), serta Shabani et al. (2022), tetapi berbeda dari Azzahro (2025) yang tidak menemukan dampak langsung terhadap kepuasan. Ketidaksamaan tersebut mungkin bersumber dari perbedaan objek, intensitas penggunaan aplikasi, dan mutu pelaksanaan layanan digital. Dalam penelitian ini, responden wajib menggunakan layanan digital selama satu bulan terakhir. Karena pengalaman mereka masih baru, penilaian atas kinerja sistem mempunyai hubungan yang lebih langsung dengan tingkat kepuasan.

Bagi PT BPR Indra Candra, hasil tersebut menempatkan keandalan Indra Mobile sebagai persoalan operasional yang perlu dipantau terus-menerus. Bank perlu menyediakan informasi pemeliharaan yang jelas, kanal bantuan yang mudah dijangkau, pencatatan gangguan, dan edukasi fitur kepada nasabah. Di samping investasi pada sistem, kapasitas pegawai dalam mendampingi nasabah yang belum terbiasa menggunakan aplikasi juga harus diperkuat agar manfaat digital dapat dirasakan oleh kelompok pengguna yang lebih luas.

3) Kepercayaan dan kepuasan nasabah

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa semakin tinggi kepercayaan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Dalam perbankan, kepuasan bukan hanya reaksi atas manfaat layanan yang diterima, tetapi juga merupakan hasil dari keyakinan terhadap institusi yang mengelola dana dan data pribadi. Karena itu, penilaian atas kredibilitas, integritas, komitmen, dan kompetensi bank berperan dalam membentuk rasa aman selama nasabah bertransaksi.

Kejujuran dalam penyampaian informasi menjadi indikator kepercayaan dengan nilai tertinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan merupakan dasar penting bagi keyakinan nasabah. Dalam kerangka Expectancy Disconfirmation Theory, informasi yang lengkap membantu

nasabah membangun harapan yang lebih tepat. Penjelasan yang konsisten mengenai biaya, prosedur, manfaat, dan risiko akan memperkecil perbedaan antara ekspektasi dan pengalaman. Sebaliknya, pelayanan yang cepat belum tentu menghasilkan kepuasan apabila informasi yang diterima tidak memadai. Hasil tersebut sejalan dengan Julaiha & Sopingi, (2025) dan Zarwani & Armaniah (2026). Untuk mempertahankan kepercayaan, bank perlu memastikan bahwa keterangan dari pegawai, aplikasi, dan dokumen tidak saling bertentangan. Penanganan keluhan, khususnya yang berhubungan dengan transaksi digital, juga harus dapat dipertanggungjawabkan. Penjelasan yang sederhana, bukti penyelesaian yang dapat diperiksa, serta kepastian tindak lanjut akan memperkuat keyakinan nasabah terhadap bank.

4) Pengaruh simultan dan kontribusi model

Signifikansi pengaruh bersama menegaskan bahwa kepuasan lahir dari keterpaduan interaksi manusia, performa teknologi, dan keyakinan terhadap bank. Keramahan pegawai tidak dapat sepenuhnya menutupi gangguan sistem; sebaliknya, aplikasi yang cepat tidak cukup apabila informasi tidak terbuka atau bantuan sulit diperoleh. Oleh karena itu, pengalaman nasabah perlu dikelola secara lintas unit dengan menyatukan standar pelayanan kantor, operasional teknologi, komunikasi informasi, dan penyelesaian masalah.

Adjusted R square 0,462 menunjukkan bahwa ketiga prediktor mempunyai kemampuan penjelas yang berarti, namun model belum menangkap seluruh determinan kepuasan. Sebanyak 53,8% variasi lainnya dapat berasal dari mutu produk, tarif layanan, citra bank, lokasi kantor, pengalaman masa lalu, nilai yang dirasakan, ataupun kualitas penanganan keluhan. Karena itu, hasil penelitian harus dibaca secara proporsional: kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan merupakan penjelas penting, tetapi masih terdapat faktor lain di luar model.

Dari sisi teori, hasil penelitian memperluas penggunaan EDT pada pengalaman perbankan yang berlangsung melalui kanal fisik dan digital. Nasabah tidak hanya membandingkan harapan dengan pelayanan di kantor, tetapi juga dengan kinerja aplikasi dan tingkat keyakinan terhadap institusi. TAM memberi penjelasan tambahan mengenai kuatnya peran manfaat dan kemudahan teknologi. Pada tingkat manajerial, bank perlu mengelola perjalanan nasabah secara menyeluruh agar pelayanan pegawai, aplikasi, komunikasi, dan dukungan setelah transaksi beroperasi sebagai satu sistem.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian parsial, kualitas pelayanan, digitalisasi teknologi, dan kepercayaan terbukti meningkatkan kepuasan nasabah PT BPR Indra Candra Cabang Sempidi secara positif dan signifikan. Digitalisasi teknologi memiliki kontribusi relatif terbesar, kemudian kepercayaan dan kualitas pelayanan. Ketika diuji secara bersama, ketiga prediktor membentuk model yang signifikan dan mampu menjelaskan 46,2% variasi kepuasan. Kesimpulan ini memperlihatkan bahwa pengalaman nasabah bersifat terpadu: sistem digital harus mudah serta dapat diandalkan, pegawai perlu cepat sekaligus memahami kebutuhan, dan bank wajib menjaga konsistensi serta kejujuran informasi.

Prioritas perbaikan bagi Cabang Sempidi adalah memperkuat stabilitas layanan digital dan memastikan bantuan tersedia ketika terjadi gangguan. Kecepatan transaksi yang sudah dinilai baik perlu dijaga melalui pemantauan sistem, notifikasi yang informatif, dan edukasi penggunaan aplikasi. Pada pelayanan langsung, kesiapan pegawai sebaiknya dilengkapi dengan kemampuan menggali kebutuhan nasabah agar solusi lebih personal. Kepercayaan dapat dipertahankan dengan menyelaraskan informasi pada kantor, aplikasi, dan dokumen serta memastikan setiap keluhan ditangani secara terbuka dan dapat dilacak.

Ruang lingkup penelitian terbatas pada satu cabang, menggunakan teknik purposif, dan mengukur persepsi pada satu waktu. Oleh sebab itu, hasilnya tidak secara otomatis mewakili seluruh BPR maupun bank umum. Penelitian lanjutan disarankan mencakup beberapa lokasi, memakai pengamatan longitudinal, serta menambahkan variabel seperti perceived value, kualitas produk, citra perusahaan, penanganan keluhan, atau loyalitas. Perluasan tersebut dapat membantu menjelaskan proporsi kepuasan yang belum diterangkan oleh model sekarang.

SARAN

Penelitian ini menyarankan agar BPR meningkatkan kualitas layanan dengan menyeimbangkan layanan langsung dan digital, terutama melalui peningkatan stabilitas sistem, kemudahan penggunaan, dan kecepatan transaksi. Pengembangan teknologi perbankan perlu difokuskan pada

pengalaman pengguna (*user experience*) serta disertai edukasi yang memadai bagi nasabah. Selain itu, bank harus menjaga kepercayaan nasabah melalui transparansi, keamanan, dan konsistensi layanan guna meningkatkan loyalitas. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain, menggunakan metode *mixed methods*, serta memperluas objek penelitian agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, R. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *11*(2), 269–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Alifandi, T., & Fasa, M. I. (2025). Analisis pengaruh digitalisasi banking terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan Bank BSI. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, *3*(01), 25–32.
- Annisa, V., Setiawan, L., & Karim, A. (2025). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui digitalisasi bank pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Panakkukang Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, *8*(1), 371–378. <https://doi.org/https://doi.org/10.35965/jbm.v8i1.7818>
- Azzahro, S. M. (2025). Digitalisasi Bank Aceh terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah serta Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah di Kawasan Agraris Aceh Barat. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(4), 985–998. <https://doi.org/https://doi.org/10.63822/xtkgzv11>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Julaiha, J., & Sopingi, I. (2025). Analysis of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction. *Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, *4*(1), 34–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.54180/jiesp.2025.4.1.34-44>
- Lesmana, A., & Balqiah, T. E. (2023). Enhancing customer e-loyalty and e-WOM: The role of electronic and non-electronic service quality and customer satisfaction (PLN Mobile Application). *Petra International Journal of Business Studies*, *6*(2), 201–212.
- Lubis, H. R. P., Nazwa, K. T., Wulandari, S., & Rahmat, M. (2025). Quality of Customer Service: Service Satisfaction as a Key at KCP Bank Sumut Syariah. *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, *6*(03), 295–305. <https://doi.org/https://doi.org/10.58471/jecombi.v6i03.151>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, *17*(4), 460–469. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Shabani, L., Behluli, A., Qerimi, F., Pula, F., & Dalloshi, P. (2022). The effect of digitalization on the quality of service and customer loyalty. *Available at SSRN 5506703*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.28991/ESJ-2022-06-06-04>
- Zarwani, F. A., & Armaniah, H. (2026). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gojek Di Jakarta Timur: The Effect of Ease of Use of the Application and Customer Trust on Customer Satisfaction on Gojek Services in East Jakarta. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(3), 742–751. <https://doi.org/https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i3.410>