

## Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di BSI Pasca Isu Gangguan Layanan

AsyhariAbdillah Siregar<sup>1</sup>, Sri Ramadhani<sup>2</sup>, Muhammad Syahbudi<sup>3</sup>  
<sup>123</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
[asyharisiregar@gmail.com](mailto:asyharisiregar@gmail.com)

### Abstract

#### Keywords:

Service quality,  
Customer trust,  
Digital services,  
Saving decision,  
Sharia bank.

This study aims to analyze the influence of service quality, customer trust, and digital service quality on the decision of customers to save at PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sipirok following a service disruption. Previous studies have generally examined these factors under relatively normal service conditions; thus, there is limited insight into the roles these factors play after customers have experienced a service disruption. This study employs a quantitative, associative approach. The population consists of approximately 1,250 active savings customers, with a sample of 93 respondents determined using Slovin's formula (at a 10% margin of error) and selected via purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that service quality, customer trust, and digital service quality have a positive and significant influence on the decision to save, both individually and simultaneously. Digital service quality exerts the most dominant influence, with a Standardized Beta of 0.453, while the three variables collectively explain 85.7% of the variation in the decision to save. These findings demonstrate that, following a service disruption, the customer's decision to continue saving is linked to service quality, trust in the bank, and the digital service experience. Theoretically, this study reinforces the application of ECT and TPB in understanding customer decision-making in the aftermath of service disruptions.

### Abstrak

#### Kata Kunci:

Kualitas  
pelayanan,  
Kepercayaan  
nasabah, Layanan  
digital, Keputusan  
menabung, Bank  
Syariah

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital terhadap keputusan nasabah menabung di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sipirok pasca gangguan layanan. Penelitian terdahulu umumnya mengkaji faktor-faktor tersebut dalam kondisi layanan yang relatif normal, sehingga belum banyak menjelaskan bagaimana ketiganya berperan ketika nasabah telah mengalami gangguan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Populasi penelitian berjumlah sekitar 1.250 nasabah tabungan aktif, dengan sampel 93 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% dan dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung secara parsial maupun simultan. Kualitas layanan digital memiliki pengaruh relatif paling dominan dengan Standardized Beta sebesar 0,453, sedangkan ketiga variabel secara bersama-sama menjelaskan 85,7% variasi keputusan menabung. Temuan ini menunjukkan bahwa setelah gangguan layanan, keputusan nasabah untuk tetap menabung berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap bank, dan pengalaman layanan digital. Secara teoritis, penelitian ini memberikan penguatan terhadap penerapan ECT dan TPB dalam memahami keputusan nasabah pada kondisi pasca gangguan layanan.

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah mendorong bank syariah menjadi alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan transaksi dan investasi yang sesuai prinsip Islam (Nurlinda & Bertuah, 2022). PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai hasil merger tiga bank syariah BUMN pada tahun 2021 hadir sebagai bank syariah terbesar di Indonesia. Pada awal merger total aset PT BSI mencapai Rp247,3 triliun dan meningkat menjadi Rp353,62 triliun pada akhir tahun 2023. Pertumbuhan tersebut menegaskan posisi strategis PT BSI dalam memperluas inklusi keuangan syariah nasional serta sekaligus meningkatkan tuntutan terhadap kemampuan bank dalam mempertahankan kepercayaan dan keberlanjutan hubungan dengan nasabah. Tantangan besar muncul ketika PT Bank Syariah Indonesia mengalami gangguan layanan digital pada Mei 2023. Gangguan tersebut menyebabkan layanan PT BSI Mobile, ATM, dan sebagian layanan kantor cabang tidak dapat diakses secara normal selama beberapa hari (Ramadhani, 2024a). Kondisi ini menimbulkan keluhan luas dari masyarakat karena transaksi transfer, pembayaran tagihan, tarik tunai, hingga kebutuhan transaksi usaha menjadi terhambat. Peristiwa tersebut menjadi perhatian nasional karena menunjukkan bahwa ketergantungan nasabah terhadap layanan digital perbankan semakin tinggi (Salsabilla, 2024). Gangguan sistem bukan sekadar persoalan teknis tetapi juga berhubungan langsung dengan persepsi nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan profesionalisme bank. Berbagai keluhan nasabah banyak disampaikan melalui media sosial maupun pemberitaan nasional. Nasabah mengeluhkan tidak dapat melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, transaksi QRIS, maupun akses terhadap aplikasi BSI Mobile sehingga aktivitas ekonomi sehari-hari terganggu (I. Yanti & Ramadhani, 2025). Dalam perbankan modern, kualitas layanan digital mencakup stabilitas aplikasi mobile banking, keamanan transaksi, kecepatan proses, kelengkapan fitur, dan kemudahan navigasi sistem. Semakin baik kualitas layanan digital, maka kepuasan dan loyalitas nasabah akan meningkat (Ferdiyan et al., 2026). Pada kasus Bank Syariah Indonesia, kualitas layanan digital menjadi perhatian penting karena mayoritas transaksi nasabah dilakukan melalui kanal elektronik. Penelitian (Wiyaldo, 2024) menunjukkan bahwa digital banking dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah PT. BSI. Bahkan sebagian pelaku usaha mengalami keterlambatan transaksi karena sistem pembayaran tidak dapat digunakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa gangguan layanan digital tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga memengaruhi kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Keputusan nasabah untuk menabung dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, citra perusahaan, kemudahan transaksi digital, promosi, lokasi kantor cabang, dan tingkat religiusitas (Taufiqurrahman, 2025). Keputusan menabung merupakan proses pemilihan yang dilakukan nasabah dalam menentukan penggunaan produk tabungan pada lembaga keuangan tertentu (Wulansari et al., 2025). Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, keputusan konsumen adalah tindakan memilih membeli atau menggunakan produk setelah melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2016). Pada perbankan syariah faktor kepatuhan terhadap prinsip syariah memiliki nilai penting karena berkaitan dengan keyakinan dan preferensi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Jika nasabah merasa bank aman, mudah diakses, dan sesuai kebutuhan maka kecenderungan menabung akan meningkat (Syahbudi, 2025). Apabila faktor-faktor tersebut terpenuhi maka minat menabung dan loyalitas nasabah cenderung meningkat (Milza et al., 2021).

Kepercayaan nasabah adalah keyakinan nasabah bahwa bank mampu menjaga dana, data pribadi, dan menjalankan operasional secara profesional serta jujur. Dalam industri perbankan, kepercayaan menjadi fondasi utama karena nasabah menyerahkan dana kepada lembaga yang dipercaya aman dan bertanggung jawab (Yati et al., 2024). Pada bank syariah, kepercayaan juga berkaitan dengan keyakinan bahwa produk dan layanan dijalankan sesuai prinsip syariah. Jika tingkat kepercayaan tinggi, maka nasabah cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang dan terus menggunakan produk bank tersebut. Penelitian (Setiawam, 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Selain itu, pada periode gangguan tersebut aktivitas transaksi digital PT BSI juga mengalami penurunan karena sebagian besar layanan tidak dapat dioperasikan secara normal (Putri & Ramadhani, 2026). Gangguan layanan tersebut memberikan dampak psikologis dan ekonomi terhadap perilaku nasabah. Ketika akses layanan terganggu maka rasa aman nasabah terhadap penyimpanan dana dapat menurun dan memunculkan kemungkinan perpindahan dana ke bank lain yang dianggap lebih stabil. Dalam industri jasa keuangan kepercayaan merupakan modal utama yang sulit dibangun namun mudah menurun ketika terjadi krisis layanan. Oleh karena itu reputasi perusahaan, kualitas layanan digital, dan kemampuan manajemen menangani krisis menjadi faktor penting dalam mempertahankan keputusan nasabah untuk tetap menabung di PT BSI pasca gangguan layanan (Abdulloh, 2023).

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan nasabah. Dalam sektor perbankan, kualitas

pelayanan mencakup kecepatan pelayanan, ketepatan transaksi, keramahan pegawai, kemampuan menangani keluhan, serta kenyamanan fasilitas yang diberikan kepada nasabah (Syahbudi, 2022a). Pada bank syariah, kualitas pelayanan juga menekankan kepatuhan terhadap prinsip syariah dan nilai etika Islam. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima, maka tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah cenderung meningkat. Penelitian (Devi & Silviany, 2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

Secara teoritis, kondisi setelah gangguan layanan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan kondisi layanan normal. Sebelum mengalami gangguan, nasabah membentuk harapan bahwa bank mampu menyediakan layanan yang aman, stabil, mudah digunakan, dan dapat diakses ketika dibutuhkan. Ketika gangguan terjadi, pengalaman aktual nasabah dapat berada di bawah harapan tersebut. Setelah sistem kembali beroperasi, nasabah kemudian melakukan evaluasi ulang berdasarkan pengalaman kegagalan dan kinerja layanan yang diterima setelah pemulihan. (Taujiharrahman et al., 2022). Dari sudut pandang akademik, *Expectation Confirmation Theory* (ECT) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan perbandingan antara harapan awal dengan kinerja nyata layanan yang diterima. Jika layanan sesuai atau melebihi harapan maka konsumen merasa puas dan cenderung tetap menggunakan layanan tersebut. Jika layanan berada di bawah harapan maka muncul ketidakpuasan dan kemungkinan berpindah ke penyedia lain (Suratno, 2026). ECT membantu menjelaskan bahwa loyalitas nasabah setelah krisis sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi mengelola kesenjangan antara harapan awal dengan kenyataan layanan yang diterima (Ramadhani, 2024b). Oleh karena itu, konteks pascagangguan menjadi penting secara teoritis karena keputusan nasabah tidak lagi hanya didasarkan pada ekspektasi terhadap layanan, tetapi juga pada pengalaman nyata setelah mengalami kegagalan layanan dan menilai kemampuan bank dalam melakukan pemulihan.

Dalam konteks BSI, proses evaluasi pascagangguan tersebut berkaitan langsung dengan tiga aspek yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan layanan digital. Pasca gangguan layanan terjadi pada Mei 2023, dampaknya terhadap persepsi dan perilaku nasabah tidak berhenti pada saat kejadian tersebut. Hingga saat ini PT BSI terus melakukan berbagai upaya pemulihan dan penguatan layanan digital untuk membangun kembali kepercayaan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan menabung setelah krisis layanan dapat dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional, emosional, dan nilai keagamaan (Aldiansyah, 2025). Oleh karena itu, istilah *pasca isu gangguan layanan* dalam penelitian ini mengacu pada kondisi setelah terjadinya gangguan layanan tahun 2023, ketika

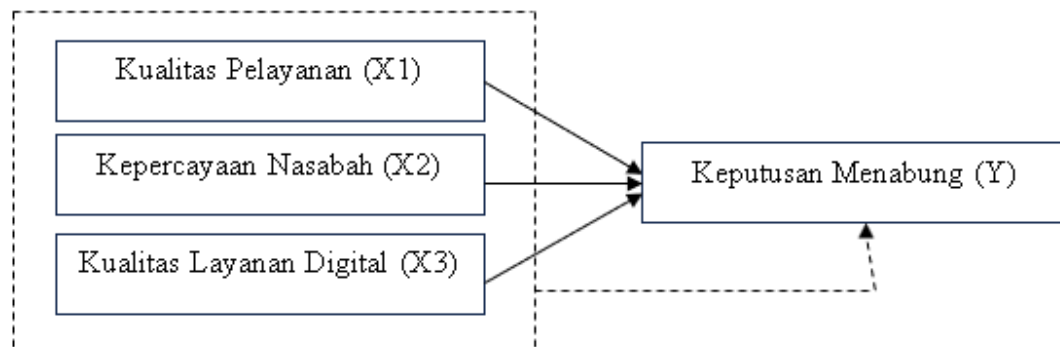
sistem telah kembali beroperasi namun persepsi, pengalaman, dan tingkat kepercayaan nasabah terhadap PT BSI masih menjadi faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk tetap menabung. Dengan demikian, penelitian yang dilakukan pada tahun ini bertujuan mengevaluasi bagaimana keputusan menabung nasabah setelah proses pemulihan berlangsung, bukan pada saat gangguan sedang terjadi.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keputusan nasabah menabung pada bank syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. Penelitian (Khoirunnisa et al., 2025) menyimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian (Rumra et al., 2026) menemukan bahwa tingkat religiusitas menjadi pendorong utama masyarakat memilih tabungan syariah. Penelitian (Milza et al., 2021) menjelaskan bahwa promosi, lokasi, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Di sisi lain, penelitian mengenai digitalisasi perbankan menunjukkan bahwa kemudahan dan kualitas layanan digital berkaitan dengan kepuasan maupun keberlanjutan penggunaan layanan perbankan (Arrohman & Hana, 2024; Roufi et al., 2025) menunjukkan bahwa kemudahan layanan digital meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan layanan digital merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan perilaku nasabah.

Kajian lain yang relevan dengan isu gangguan layanan menunjukkan bahwa kualitas sistem digital sangat menentukan perilaku nasabah pasca krisis. Penelitian (Sutono, 2023) menyatakan bahwa konfirmasi harapan dan kepercayaan memengaruhi niat penggunaan ulang layanan digital. Penelitian (Wahyudi, 2025) menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah. Penelitian (Setiawam, 2023) menunjukkan bahwa gangguan layanan dapat menurunkan citra perusahaan apabila tidak direspons cepat. Menurut TPB niat seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu *attitude toward behavior* atau sikap terhadap perilaku *subjective norm* atau norma subjektif dan *perceived behavioral control* atau persepsi kontrol perilaku (Bosnjak et al., 2020). Sikap menunjukkan penilaian individu terhadap manfaat suatu tindakan. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh keluarga teman atau lingkungan sosial. TPB menjelaskan bahwa nasabah akan tetap menabung apabila memiliki sikap positif terhadap PT. BSI, memperoleh dorongan sosial untuk tetap menggunakan bank syariah, serta meyakini bahwa layanan bank masih aman dan mudah diakses (Fakhri et al., 2023). Gangguan layanan dapat menurunkan persepsi kontrol perilaku karena nasabah merasa transaksi menjadi lebih sulit dan kurang nyaman. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan menabung dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas layanan digital, dan citra perusahaan yang membentuk niat nasabah untuk tetap

menggunakan layanan PT. BSI (Naskar et al., 2026). Dengan demikian, konteks pascagangguan memberikan ruang untuk menguji apakah pengalaman kegagalan layanan dan proses pemulihan tercermin dalam keputusan nasabah untuk tetap menabung.

Hubungan antara kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, kualitas layanan digital, dan keputusan menabung dapat dijelaskan dalam suatu kerangka kerja yang sistematis. Kerangka kerja ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berhubungan langsung dengan keputusan nasabah menabung di PT. BSI KCP Sipirok. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini disajikan dalam diagram berikut:



Sumber: Peneliti (2026)

Penelitian empiris dengan menggunakan data yang dikumpulkan secara sistematis. Oleh karena itu, hipotesis berfungsi sebagai dasar atau arah dalam pelaksanaan penelitian serta akan diuji kebenarannya melalui proses analisis data. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>01</sub> : Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>a1</sub> : Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>02</sub> : Kepercayaan Nasabah (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>a2</sub> : Kepercayaan Nasabah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>03</sub> : Kualitas Layanan Digital (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>a3</sub> : Kualitas Layanan Digital (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>04</sub> : Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan Nasabah (X2) dan Kualitas Layanan Digital (X3) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).
- H<sub>a4</sub> : Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan Nasabah (X2) dan Kualitas Layanan Digital (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menabung (Y).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif berdasarkan data yang berbentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini berlandaskan pada filsafat positivisme yang menekankan pengukuran variabel secara sistematis serta pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, sedangkan analisis data dilakukan secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun jenis penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (PT. BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sipirok. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa PT. BSI KCP Sipirok merupakan salah satu lembaga perbankan syariah yang memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak serta telah menerapkan layanan digital banking, sehingga sesuai dengan kebutuhan penelitian. Lokasi ini juga mudah dijangkau oleh peneliti serta memungkinkan untuk memperoleh data yang relevan dan akurat. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan selama kurang lebih 1 bulan, yang meliputi tahap persiapan penelitian, penyebaran kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan aktif PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sipirok yang berjumlah sekitar 1.250 nasabah berdasarkan data operasional cabang tahun 2026. Responden yang dipilih merupakan nasabah yang masih aktif menabung dan telah menggunakan layanan PT Bank Syariah Indonesia sejak atau sebelum terjadinya gangguan layanan digital pada Mei 2023 sehingga memiliki pengalaman yang relevan dengan objek penelitian. Mengingat jumlah populasi yang cukup besar, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%.

$$n = \frac{1250}{1 + 1250(0,10)^2} = \frac{1250}{1 + 12,5} = \frac{1250}{13,5} \approx 93$$

Dari rumus slovin tersebut dengan kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 93 responden. Karena penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, tidak seluruh anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selanjutnya, 93 responden tersebut dipilih berdasarkan kriteria

purposive sampling yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi (1) nasabah yang memiliki rekening tabungan aktif (2) pernah atau sedang menggunakan layanan digital banking ; (3) bersedia menjadi responden dengan mengisi kuesioner yang diberikan. Penetapan kriteria tersebut dimaksudkan agar data yang diperoleh benar-benar berasal dari nasabah yang memiliki pengalaman relevan dengan konteks pascagangguan layanan yang menjadi fokus penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), pemilihan sampel yang tepat sangat penting agar hasil penelitian dapat mewakili populasi secara akurat.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital, sedangkan variabel dependen yang diteliti adalah keputusan menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Penggunaan skala tersebut bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, kualitas layanan digital, dan keputusan menabung. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner (angket) dan dokumentasi. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari responden yang telah memenuhi kriteria purposive sampling yang ditetapkan dalam penelitian. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian sehingga mampu mengukur persepsi responden secara objektif. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder berupa profil perusahaan, jumlah nasabah, serta informasi lain yang mendukung penelitian. Setelah seluruh data terkumpul, dilakukan proses editing, coding, dan tabulasi data untuk memastikan kelengkapan, konsistensi, serta kesiapan data sebelum dianalisis lebih lanjut.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 23. Tahap awal analisis dilakukan melalui uji validitas untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian secara tepat, kemudian dilanjutkan dengan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji

multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai syarat penggunaan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital terhadap keputusan menabung nasabah. Adapun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen serta uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Tahap akhir analisis dilakukan dengan menghitung koefisien determinasi ( $R^2$ ) guna mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Kualitas Data

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Pada penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 93 responden,  $df = 93 - 2 = 91$  sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,204 pada tingkat signifikansi 5%. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung  $> 0,204$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

| Variabel                 | Item  | r tabel | r hitung | Keterangan |
|--------------------------|-------|---------|----------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1)  | X1.1  | 0,204   | 0,826    | Valid      |
|                          | X1.2  | 0,204   | 0,838    | Valid      |
|                          | X1.3  | 0,204   | 0,829    | Valid      |
|                          | X1.4  | 0,204   | 0,799    | Valid      |
|                          | X1.5  | 0,204   | 0,805    | Valid      |
|                          | X1.6  | 0,204   | 0,819    | Valid      |
|                          | X1.7  | 0,204   | 0,802    | Valid      |
|                          | X1.8  | 0,204   | 0,838    | Valid      |
|                          | X1.9  | 0,204   | 0,805    | Valid      |
|                          | X1.10 | 0,204   | 0,825    | Valid      |
| Kepercayaan Nasabah (X2) | X2.1  | 0,204   | 0,752    | Valid      |
|                          | X2.2  | 0,204   | 0,765    | Valid      |
|                          | X2.3  | 0,204   | 0,827    | Valid      |
|                          | X2.4  | 0,204   | 0,818    | Valid      |
|                          | X2.5  | 0,204   | 0,819    | Valid      |

|                               |       |       |       |       |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
|                               | X2.6  | 0,204 | 0,789 | Valid |
|                               | X2.7  | 0,204 | 0,849 | Valid |
|                               | X2.8  | 0,204 | 0,786 | Valid |
|                               | X2.9  | 0,204 | 0,818 | Valid |
|                               | X2.10 | 0,204 | 0,748 | Valid |
| Kualitas Layanan Digital (X3) | X3.1  | 0,204 | 0,848 | Valid |
|                               | X3.2  | 0,204 | 0,788 | Valid |
|                               | X3.3  | 0,204 | 0,809 | Valid |
|                               | X3.4  | 0,204 | 0,826 | Valid |
|                               | X3.5  | 0,204 | 0,835 | Valid |
|                               | X3.6  | 0,204 | 0,885 | Valid |
|                               | X3.7  | 0,204 | 0,723 | Valid |
|                               | X3.8  | 0,204 | 0,845 | Valid |
|                               | X3.9  | 0,204 | 0,851 | Valid |
|                               | X3.10 | 0,204 | 0,766 | Valid |
| Keputusan Menabung (Y)        | Y.1   | 0,204 | 0,789 | Valid |
|                               | Y.2   | 0,204 | 0,847 | Valid |
|                               | Y.3   | 0,204 | 0,781 | Valid |
|                               | Y.4   | 0,204 | 0,840 | Valid |
|                               | Y.5   | 0,204 | 0,877 | Valid |
|                               | Y.6   | 0,204 | 0,756 | Valid |
|                               | Y.7   | 0,204 | 0,850 | Valid |
|                               | Y.8   | 0,204 | 0,895 | Valid |
|                               | Y.9   | 0,204 | 0,799 | Valid |
|                               | Y.10  | 0,204 | 0,864 | Valid |

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                 | Cronbach's Alpha | Batas Reliabilitas | Keterangan |
|--------------------------|------------------|--------------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1)  | 0,945            | 0,60               | Reliabel   |
| Kepercayaan Nasabah (X2) | 0,936            | 0,60               | Reliabel   |
| Kualitas Layanan (X3)    | 0,944            | 0,60               | Reliabel   |
| Keputusan Menabung (Y)   | 0,950            | 0,60               | Reliabel   |

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini

menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Data dinyatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05, sehingga model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogrov – Smirnov Test

|                        | Unstandardized Residual | Keterangan |
|------------------------|-------------------------|------------|
| Test Statistic         | .088                    | Normal     |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .072 <sup>c</sup>       |            |

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

| Model |                     | Collinearity Statistics |       | Keterangan                      |
|-------|---------------------|-------------------------|-------|---------------------------------|
|       |                     | Tolerance               | VIF   |                                 |
| 1     | (Constant)          |                         |       | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
|       | Kualitas Pelayanan  | .532                    | 1.880 |                                 |
|       | Kepercayaan Nasabah | .326                    | 3.071 |                                 |
|       | Layanan Digital     | .362                    | 2.766 |                                 |

a. Dependent Variabel: Keputusan Nasabah Menabung

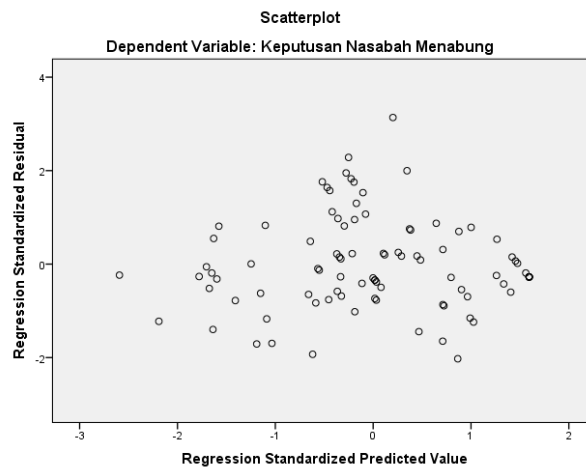
Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode Scatterplot dengan melihat pola penyebaran titik pada grafik. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heterokedastisitas apabila titik-titik

menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Berikut hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 2. Uji Scatterplot



Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Reresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3$  = variabel independen

e = error

Kriteria pengambilan keputusan dalam analisis regresi linier berganda adalah apabila koefisien regresi (b) bernilai positif (+), maka variabel independen berpengaruh searah terhadap variabel dependen, sedangkan jika bernilai negatif (-), maka pengaruhnya berlawanan arah. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berikut hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model |                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Keterangan                                           |
|-------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------------------------------------------------------|
|       |                     | B                           | Std. Error | Beta                      |                                                      |
| 1     | (Constant)          | 1.247                       | 1.732      |                           | Semua Variabel Berpengaruh Positif secara Signifikan |
|       | Kualitas Pelayanan  | .228                        | .050       | .245                      |                                                      |
|       | Kepercayaan Nasabah | .339                        | .070       | .333                      |                                                      |
|       | Layanan Digital     | .422                        | .061       | .453                      |                                                      |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Peneliti (2026)

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (t)

Uji Parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Kriterianya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  atau nilai t hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t:

Tabel 6. Hasil Uji t

| Model |                     | t     | Sig. | Keterangan                                                           |
|-------|---------------------|-------|------|----------------------------------------------------------------------|
| 1     | (Constant)          | .720  | .473 | Hipotesis 1 diterima<br>Hipotesis 2 diterima<br>Hipotesis 3 diterima |
|       | Kualitas Pelayanan  | 4.529 | .000 |                                                                      |
|       | Kepercayaan Nasabah | 4.812 | .000 |                                                                      |
|       | Layanan Digital     | 6.903 | .000 |                                                                      |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Simultan (F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, dengan jumlah responden sebanyak 93 orang, jumlah variabel independen 3 variabel, dan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), diperoleh nilai F tabel sebesar 2,71. Kriteria pengujiannya adalah apabila F hitung  $> 2,71$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} < 2,71$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka seluruh variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji F:

Tabel 7. Hasil Uji F  
**ANNOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | F       | Sig.              | Keterangan           |
|-------|------------|---------|-------------------|----------------------|
| 1     | Regression | 184.153 | .000 <sup>b</sup> | Hipotesis 4 diterima |
|       | Residual   |         |                   |                      |
|       | Total      |         |                   |                      |

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah Menabung

b. Predictors: (Constant), Layanan Digital, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah

Sumber: Peneliti (2026)

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kriterianya, semakin mendekati angka 1 nilai  $R^2$ , maka semakin besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

| Model | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Keterangan                                                             |
|-------|-------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1     | .857              | 2.543                      | 85,7% keputusan menabung nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel |

a. Predictors: Constant) Layanan Digital, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah

Sumber: Peneliti (2026)

## Pembahasan

### Gambaran Umum PT. BSI KCP Sipirok

PT Bank Syariah Indonesia (PT. BSI) KCP Sipirok merupakan salah satu kantor cabang pembantu PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang beroperasi di Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Kantor ini beralamat di

Jalan Merdeka, Kelurahan Pasar Sipirok, Kecamatan Sipirok, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. PT. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang terbentuk melalui penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah pada tahun 2021. Penggabungan tersebut bertujuan untuk memperkuat industri perbankan syariah nasional sehingga mampu memberikan layanan yang lebih luas, modern, dan kompetitif kepada masyarakat. Kehadiran PT. BSI KCP Sipirok menjadi salah satu bentuk komitmen perusahaan dalam memperluas akses layanan perbankan syariah hingga ke daerah serta mendukung aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

PT. BSI KCP Sipirok menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan syariah yang meliputi tabungan, deposito, pembiayaan, layanan transaksi digital, serta berbagai produk keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam menjalankan operasionalnya, PT. BSI KCP Sipirok mengedepankan pelayanan yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Pemanfaatan layanan digital seperti mobile banking dan internet banking juga menjadi bagian dari upaya bank dalam memberikan kemudahan transaksi kepada nasabah. Kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital menjadi faktor yang sangat penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah, terutama setelah munculnya isu gangguan layanan yang sempat menjadi perhatian publik. Oleh karena itu, PT. BSI KCP Sipirok terus melakukan berbagai upaya perbaikan dan peningkatan layanan guna menjaga kepercayaan masyarakat serta mendorong keputusan nasabah untuk tetap menabung dan menggunakan produk perbankan syariah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT PT. BSI KCP Sipirok Pasca Isu Gangguan Layanan**

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 4,529 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini berarti bahwa peningkatan kualitas layanan di PT PT. BSI KCP Sipirok mampu meningkatkan minat dan keputusan nasabah untuk tetap menabung meskipun sebelumnya terdapat isu gangguan layanan. Berdasarkan konteks penelitian, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan. Pelayanan yang responsif, dapat diandalkan, memberikan rasa aman, serta mampu menangani kebutuhan dan keluhan nasabah dapat membantu membentuk kembali keyakinan positif terhadap bank. Menurut teori *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah

yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk menabung. Sebagaimana dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan keputusan pembelian atau penggunaan layanan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Salasabila (2024) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan di bank syariah. Namun, penelitian ini memberikan konteks yang lebih spesifik dengan menunjukkan bahwa pengaruh tersebut juga berlaku pada kondisi pasca gangguan layanan, ketika nasabah telah memiliki pengalaman terhadap kegagalan layanan sebelumnya. Dalam perspektif *Expectation Confirmation Theory*, pengalaman tersebut mendorong nasabah mengevaluasi kembali kinerja bank berdasarkan harapan dan pengalaman aktual yang diterima. Pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah setelah gangguan dapat menghasilkan evaluasi yang lebih positif dan mendukung keputusan untuk tetap menabung. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat bahwa kualitas pelayanan berkaitan dengan keputusan nasabah, tetapi juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mempertahankan hubungan nasabah setelah terjadinya gangguan layanan. Dalam konteks ini, pelayanan bukan hanya berkaitan dengan bagaimana bank melayani nasabah dalam kondisi normal, tetapi juga bagaimana bank mampu memberikan pengalaman pelayanan yang baik ketika kepercayaan dan penilaian nasabah perlu dipertahankan kembali setelah mengalami gangguan.

### **Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT PT. BSI KCP Sipirok Pasca Isu Gangguan Layanan**

Dalam penelitian ini variabel Kepercayaan Nasabah ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 4,812 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank, maka semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menabung. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan menabung tidak hanya dipengaruhi oleh manfaat produk atau kualitas pelayanan, tetapi juga oleh keyakinan nasabah bahwa bank mampu menjaga dana, memberikan layanan secara aman, dan memenuhi tanggung jawabnya.

Kepercayaan menjadi sangat penting terutama setelah terjadinya isu gangguan layanan. Menurut teori Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), kepercayaan dapat memengaruhi sikap dan niat seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam konteks ini, kepercayaan nasabah terhadap bank akan membentuk niat untuk menabung dan mempertahankan hubungan jangka panjang. Nasabah akan mempertimbangkan

kembali keamanan dana, stabilitas sistem, serta transparansi informasi yang diberikan oleh pihak bank sebelum memutuskan untuk tetap menggunakan layanan. Ketika bank mampu menunjukkan bahwa layanan dapat kembali berjalan dengan baik dan memberikan rasa aman kepada nasabah, pengalaman tersebut dapat memperkuat keyakinan untuk mempertahankan hubungan dengan bank. Sebaliknya, apabila keraguan akibat gangguan tidak berhasil dipulihkan, nasabah dapat mempertimbangkan kembali keputusan untuk tetap menabung.

Temuan penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawam, 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah. Namun, penelitian ini memberikan penekanan yang berbeda karena kepercayaan dianalisis dalam konteks pasca gangguan layanan. Menurut Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk bergantung pada pihak lain berdasarkan keyakinan terhadap integritas, kemampuan, dan kebaikan pihak tersebut. Dalam konteks BSI, pengalaman gangguan membuat aspek-aspek tersebut menjadi lebih relevan karena nasabah memiliki dasar pengalaman nyata untuk menilai apakah bank tetap mampu memenuhi tanggung jawabnya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan bukan hanya menjadi faktor yang mendorong keputusan menabung dalam kondisi normal, tetapi juga menjadi bagian penting dalam mempertahankan hubungan nasabah setelah terjadinya gangguan layanan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa dalam industri perbankan, keputusan nasabah untuk tetap mempercayakan dana kepada bank sangat berkaitan dengan keyakinan bahwa bank mampu memberikan keamanan, keandalan, dan tanggung jawab secara berkelanjutan.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT PT. BSI KCP Sipirok Pasca Isu Gangguan Layanan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Layanan Digital ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 6,903 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanan digital yang disediakan bank, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menabung.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara nasabah dalam bertransaksi di sektor perbankan. Layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi keuangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan. Pengaruh tersebut menjadi semakin penting dalam konteks pasca gangguan layanan. Gangguan yang pernah dialami nasabah dapat membuat keandalan layanan digital menjadi perhatian yang lebih besar dibandingkan kondisi normal.

Nasabah tidak hanya membutuhkan layanan yang mudah digunakan, tetapi juga mengharapkan sistem yang dapat diakses ketika dibutuhkan, transaksi yang berjalan dengan baik, serta keamanan dalam penggunaan layanan. Oleh karena itu, setelah mengalami gangguan, kualitas layanan digital menjadi salah satu dasar bagi nasabah untuk menilai kembali apakah BSI masih mampu memberikan layanan yang praktis, aman, dan dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan perbankan mereka.

Menurut teori *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989), penerimaan teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (kegunaan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Jika layanan digital mudah digunakan dan bermanfaat, maka pengguna akan lebih menerima dan menggunakannya. Namun, dalam konteks penelitian ini, pengalaman gangguan menunjukkan bahwa penerimaan terhadap teknologi tidak hanya berkaitan dengan kemudahan dan manfaat, tetapi juga dengan keandalan layanan dalam penggunaan nyata. Nasabah dapat menilai kembali layanan digital berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan setelah gangguan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian oleh (Wiyaldo, 2024) yang menunjukkan bahwa layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan akan transaksi yang cepat dan praktis. Dengan demikian, layanan digital menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah menabung karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi (Al-fauziah et al., 2024). Maka dari itu, keandalan sistem menjadi sangat penting karena pengalaman gangguan membuat nasabah memiliki dasar pengalaman untuk menilai kembali kinerja layanan digital BSI. Kemampuan bank dalam menyediakan layanan digital yang mudah, aman, stabil, dan dapat diandalkan tidak hanya mendukung kenyamanan transaksi, tetapi juga berperan dalam mempertahankan keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan BSI.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, dan Kualitas Layanan Digital terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT PT. BSI KCP Sipirok Pasca Isu Gangguan Layanan**

Secara simultan, variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, dan Layanan Digital memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung sebesar  $184,153 > F$  tabel  $2,71$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan nasabah untuk tetap menabung tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek, tetapi berkaitan dengan pengalaman nasabah terhadap pelayanan bank, keyakinan terhadap bank, serta pengalaman dalam menggunakan layanan digital.

Pengaruh ketiga variabel tersebut dapat dipahami dari karakteristik masing-masing aspek. Kualitas pelayanan berkaitan dengan bagaimana nasabah menilai kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang dapat diandalkan, responsif, meyakinkan, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan konsep SERVQUAL oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menjelaskan kualitas pelayanan melalui dimensi seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sementara itu, kepercayaan berkaitan dengan kesediaan nasabah untuk bergantung pada bank berdasarkan keyakinan terhadap kemampuan dan integritas pihak yang dipercaya sebagaimana dijelaskan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman (1995). Adapun kualitas layanan digital berkaitan dengan pengalaman nasabah dalam menerima manfaat dan kemudahan dari teknologi yang digunakan. Hal tersebut sejalan dengan Technology Acceptance Model oleh Davis (1989), yang menempatkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai faktor penting dalam penerimaan teknologi.

Ketiga aspek tersebut menjadi semakin penting ketika dilihat dalam kondisi pasca gangguan layanan. Pengalaman mengalami gangguan dapat membuat nasabah lebih berhati-hati dalam menilai kembali hubungan mereka dengan bank. Nasabah tidak hanya memperhatikan apakah layanan digital sudah dapat digunakan kembali, tetapi juga melihat bagaimana bank memberikan pelayanan ketika terjadi masalah dan apakah mereka masih merasa yakin untuk mempercayakan kebutuhan perbankannya kepada bank. Dengan kata lain, keputusan untuk tetap menabung tidak hanya bergantung pada berfungsinya layanan digital, tetapi juga pada pengalaman pelayanan dan keyakinan nasabah terhadap bank secara keseluruhan. Menurut teori *Customer Satisfaction Theory*, kepuasan dan keputusan pelanggan dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor, baik dari aspek pelayanan, kepercayaan, maupun teknologi yang digunakan oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 85,7% terhadap keputusan nasabah menabung, sedangkan sisanya 14,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai R sebesar 0,928 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel sangat kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi dalam menjelaskan keputusan nasabah.

Temuan tersebut memberikan gambaran bahwa mempertahankan keputusan nasabah setelah terjadinya gangguan membutuhkan pendekatan yang tidak hanya berfokus pada perbaikan sistem digital. Bank juga perlu memastikan bahwa nasabah memperoleh pelayanan yang baik dan tetap memiliki keyakinan terhadap kemampuan serta keamanan bank. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan, kepercayaan, dan kualitas layanan digital secara bersama-sama menjadi bagian penting dalam membentuk keputusan nasabah untuk tetap menabung di BSI KCP Sipirok setelah terjadinya gangguan layanan (Ferdiyan et al., 2026).

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di PT PT. BSI KCP Sipirok dengan nilai  $t$  hitung 4,529 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel kepercayaan nasabah ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai  $t$  hitung 4,812 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel kualitas layanan digital ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai  $t$  hitung 6,903 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan diperoleh nilai  $F$  hitung 184,153  $> F$  tabel 2,71 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta nilai  $R^2$  sebesar 0,857 yang menunjukkan kontribusi sebesar 85,7%. Implikasi penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital menjadi prioritas utama karena memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan nasabah menabung. Peningkatan kualitas pelayanan melalui dimensi SERVQUAL perlu dilakukan secara konsisten. Penguatan kepercayaan nasabah melalui keamanan sistem, transparansi informasi, dan stabilitas layanan juga menjadi faktor penting dalam mempertahankan nasabah pasca isu gangguan layanan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang hanya mencakup satu cabang bank yaitu PT PT. BSI KCP Sipirok dengan jumlah responden yang terbatas. Variabel penelitian juga hanya terdiri dari tiga faktor utama yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, dan kualitas layanan digital sehingga belum mencakup faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan nasabah menabung. Saran penelitian ini adalah peningkatan layanan digital yang stabil, cepat, dan mudah digunakan perlu menjadi fokus utama pihak bank. Peningkatan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah juga perlu dilakukan secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti promosi, citra merek, dan faktor ekonomi serta memperluas sampel penelitian agar hasil lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, M. (2023). Digital Transformation Of Bank Syariah Indonesia Services And Its Impact On Financial Inclusion. *INVEST: Journal of Sharia and Economic Law*, 3(2), 224–235. <https://doi.org/10.21154/invest.v3i2.6977>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behaviour: Selected recent advances and applications. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>

- Al-fauziah, H. S., Syahriza, R., & Syahbudi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aroma Bakery Dan Cake Shop Gunung Tua. *Jurnal Bisnis Digital, Akuntansi, Kewirausahaan, Dan Manajemen (Baashima)*, 1, 65–72.
- Aldiansyah. (2025). The Effectiveness Of Sharia Financing Model In Bank Syariah Indonesia: Literature Review Perspective. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 11(1), 15–24.
- Ariani, R. I., & Tegal, K. (2026). Implementasi Produk Tabungan Easy Wadiah Dan Easy Mudharabah Dalam Praktik Pelayanan Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 72–78. <https://doi.org/10.69714/4evy0445>
- Arrohmah, J., & Hana, K. F. (2024). Evaluating BSI Mobile User Satisfaction: The Impact of Product Quality and User Decisions with Islamic Branding as a Moderator. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 7(2).
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). Editorial: The Theory of Planned Behavior : Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, April 2020. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Devi, S., & Silviany, I. Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 39–48. <https://doi.org/10.29313/jrps.v4i1.6602>
- Fadhli, A. (2026). Peran Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Masyarakat: Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Panyabungan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(204), 132–147. <https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.29464>
- Fakhri, H. O., Ramadhani, S., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah ( Studi Kasus Pada Bank Syariah PT . BPRS Puduarta Insani. *ECo-Fin*, 5(3). <https://doi.org/10.32877/ef>
- Ferdiyan, M., Syahbudi, M., & Hasibuan, F. U. (2026). Pengaruh Literasi Investasi , Ekspektasi Return , dan Perilaku Keuangan Syariah terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara di Era Digital. *Jurnal Simki Economic*, 9(2), 511–521. <https://doi.org/10.29407/jse.v9i2.1585>
- Khoirunnisa, F., Rahmadani, H. P., & Manurung, E. (2025). Pengaruh Layanan Customer Service terhadap Kepercayaan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Kelitbangan*, 13(3), 1–5. <https://doi.org/10.35450/jip.v13i03.1432>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Milza, A. T., Fasa, M. I., Suharto, S., & Fachri, A. (2021). Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking. *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>
- Naskar, S. T., Maria, J., & Lindahl, M. (2026). Forty years of the theory of planned behavior : a bibliometric analysis ( 1985 – 2024 ). In *Management Review Quarterly* (Vol. 76, Issue 1). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s11301-025-00487-8>
- Nurlinda, R. A., & Bertuah, E. (2022). Evaluation Of Successful Mobile Banking Information System At Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 77–85.
- Putri, T. E., & Ramadhani, S. (2026). Determinan Kinerja Pegawai dengan Self Control sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 3–6. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.575>
- Ramadhani, S. (2024a). Analisis Efisiensi Strategi Manajemen Resiko Keuangan Terhadap Produk Asuransi Umum (Unit Syariah) Pada Pt Bumida Cabang Medan. *Inisiatif: Jurnal*

- Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 115-125.  
<https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i3.2598>
- Ramadhani, S. (2024b). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Price on Thriftshop Clothing Purchasing Decisions in Medan City ( Case Study @ cchase . id ). *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(1), 76-89. <https://doi.org/10.32503/jmk.v9i1.5318>.
- Roufi, A. W., Rachmadi, A., & Wardani, N. H. (2025). Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Mobile Banking BYOND by BSI (Studi Kasus: Universitas Islam). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(9), 1-10.
- Rumra, A., Sandy, A., & Dwi, K. (2026). Exploring public sentiment toward Islamic banking apps: A case study of BSI mobile in Indonesia. *Multidisciplinary Science Journal*. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2026385>
- Salsabilla, R. A. N. A. (2024). Penerapan Pembukaan Rekening Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Palembang KM 6. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 2(3).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Consumer behavior (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.). Wiley.
- Setiawam. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240-251. <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.4858>
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suratno, T. (2026). Post-adoption behavior analysis: An empirical study of the expectation confirmation model on sharia mobile banking in Indonesia. *Multidisciplinary Science Journal*. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2026135>
- Sutono. (2023). The Quality Of Mobile Banking Services For Bank Syariah Indonesia (BSI) Customer Satisfaction In Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Syahbudi, M. (2022a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Impor Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 3(2021), 1040-1061.
- Syahbudi, M. (2022b). Pengaruh E-Commerce Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm (Studi Kasus: Umkm Kota Binjai). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1209-1219. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i4.13223>
- Syahbudi, M. (2025). Pengaruh Social Engineering Dan Cyber Crime Terhadap Persepsi Keamanan Pada Aplikasi BSI Mobile. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(03), 1237-1250. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.48161>
- Taufiqurrahman. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Bank Sumut Kantor Pusat Dalam Mempromosikan Tabungan Marhamah Kepada Masyarakat Non-Muslim Di Medan. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(04), 1613-1628.
- Taujiharrahman, D., Mujibatun, S., & Agriyanto, R. (2022). Determination of the Influence of Attitude and Sharia Compliance on Continuance Intention of Digital Islamic Banking Users, Mediated by Customer Satisfaction. *Annual International Conference*, 2(1), 276-287.
- Wahyudi. (2025). Optimizing BSI Mobile Banking Service Through A Three-Dimensional Analysis: Social Media, External And Internal. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 1-25.
- Wiyaldo. (2024). Pengaruh Digital Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KM 12. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(3).

- Wulansari, M., Rahmawati, A., Puspita, A. S., & Nurrahman, A. (2025). Keputusan Menabung dan Investasi Gen Z di Bank Syariah Dilihat dari Pengaruh Digitalitation , Economic Condition , dan Sharia Financial Literacy. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 22(1), 50–60.
- Yanti, I., & Ramadhani, S. (2025). Transformasi keputusan pembelian produk lokal melalui seruan aksi boikot pada produk pro israel. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 14(03), 1338–1348. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.47455>
- Yanti, T. F., & Senjiati, I. H. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Riset Perbankan Syariah*, 153–162. <https://doi.org/10.29313/jrps.v4i2.8391>
- Yati, F. W., Syahbudi, M., & Harahap, M. I. (2024). Purchase intention of Sariayu cosmetics among Muslim university students as viewed from green product and product quality : An Islamic economic perspective. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 231–250. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art13>