

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap customer engagement dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna BYOND by BSI mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Pengalaman pengguna tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap customer engagement. Pengalaman yang baik dalam menggunakan aplikasi, seperti kemudahan, kenyamanan, dan kemudahan memahami fitur, belum secara otomatis membuat nasabah memiliki keterlibatan yang lebih tinggi terhadap BYOND by BSI. Pengalaman pengguna lebih bersifat sebagai penilaian awal terhadap kualitas interaksi dengan aplikasi, sedangkan customer engagement merupakan bentuk keterlibatan yang lebih mendalam secara perilaku dan psikologis.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap customer engagement. Semakin tinggi keyakinan nasabah terhadap keamanan, kerahasiaan data, keandalan, kredibilitas, dan konsistensi layanan BYOND by BSI, maka semakin tinggi pula keterlibatan nasabah terhadap layanan tersebut. Kepercayaan terbukti mampu mendorong customer engagement secara langsung.
3. kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap customer engagement. Hubungan ini merupakan pengaruh langsung terbesar dalam model penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin puas nasabah terhadap layanan BYOND by BSI, semakin tinggi pula keterlibatan mereka terhadap aplikasi tersebut.

4. Pengalaman pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan BYOND by BSI, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi, kenyamanan saat melakukan transaksi, serta kemudahan dalam memahami layanan menjadi bagian dari pengalaman yang membentuk penilaian positif terhadap aplikasi. Hasil ini memperlihatkan bahwa kualitas pengalaman penggunaan menjadi salah satu dasar penting dalam membentuk kepuasan nasabah
5. Kepercayaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa rasa percaya terhadap layanan dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Nasabah yang merasa data pribadinya terlindungi, transaksi dapat dilakukan dengan aman, dan sistem dapat diandalkan akan memiliki penilaian yang lebih positif terhadap layanan.
6. Kepuasan nasabah terbukti memediasi pengaruh pengalaman pengguna terhadap customer engagement dengan nilai pengaruh tidak langsung. Karena pengaruh langsung pengalaman pengguna terhadap customer engagement tidak signifikan, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan nasabah signifikan, maka hubungan ini menunjukkan pola mediasi penuh.

7. Kepuasan nasabah juga terbukti memediasi pengaruh kepercayaan terhadap customer engagement dengan nilai pengaruh tidak langsung. Namun, karena pengaruh langsung kepercayaan terhadap customer engagement juga signifikan, maka hubungan ini menunjukkan mediasi sebagian atau complementary partial mediation. Artinya, kepercayaan dapat meningkatkan customer engagement melalui dua jalur, yaitu secara langsung dan melalui kepuasan nasabah.

B. Saran

Keterbatasan penelitian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Pada penelitian ini hanya dilakukan pada 96 mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menggunakan BYOND by BSI, sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan seluruh pengguna BYOND by BSI. Selain itu, penelitian hanya menggunakan variabel pengalaman pengguna, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan customer engagement, sehingga masih terdapat faktor lain yang belum diteliti. Pengumpulan data juga menggunakan kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh bergantung pada pemahaman dan jawaban masing-masing responden

Bertitik tolak dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan oleh pihak terkait, antara lain:

1. Bagi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI)

Pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan digital BYOND by BSI dengan memperhatikan pengalaman pengguna

dan kepercayaan nasabah. Peningkatan layanan perlu difokuskan pada kemudahan akses fitur, kejelasan tampilan, kenyamanan penggunaan, kelancaran transaksi, keamanan sistem, kerahasiaan data pribadi, serta keandalan aplikasi. Hal ini penting karena pengalaman pengguna terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah maupun *customer engagement*. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan tidak hanya diarahkan pada kemudahan penggunaan, tetapi juga pada upaya menciptakan kepuasan dan rasa aman bagi nasabah sehingga dapat mendorong keterlibatan nasabah untuk terus menggunakan layanan BYOND by BSI.

2. Bagi Pengguna Byond by BSI

Pengguna BYOND by BSI diharapkan dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia secara optimal sesuai dengan kebutuhan transaksi dan layanan perbankan, karena penggunaan aplikasi secara aktif dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi sekaligus membantu nasabah mengenal berbagai layanan digital yang disediakan oleh BSI. Pengguna juga perlu memperhatikan keamanan akun dengan menjaga kerahasiaan PIN, password, dan kode verifikasi serta mengikuti prosedur keamanan yang telah ditetapkan. Selain itu, pengguna diharapkan dapat memberikan masukan atau tanggapan kepada pihak BSI apabila mengalami kendala selama menggunakan aplikasi, sehingga masukan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi untuk memperbaiki kualitas sistem, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mengembangkan layanan BYOND by BSI agar semakin sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas jumlah dan karakteristik responden, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku pengguna mobile banking syariah. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan responden dari berbagai kalangan, wilayah, atau kelompok usia untuk melihat apakah terdapat perbedaan hasil pada karakteristik pengguna yang berbeda. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi customer engagement, seperti kualitas layanan digital, kualitas sistem, kemudahan penggunaan, perceived value, loyalitas, atau risiko yang dirasakan. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan objek penelitian berupa layanan mobile banking atau aplikasi perbankan digital lainnya sebagai bahan perbandingan. Pengembangan tersebut diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi customer engagement dalam penggunaan perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Patrisia, Engriani, Evanita, Yasri, & Dastgir. “‘Service Quality, Religiosity, Customer Satisfaction, Customer Engagement and Islamic Bank’s Customer Loyalty,’ *Journal of Islamic Marketing* 11, No. 6 (2020):,” n.d.
- Al-Dmour, Ali, & Al-Dmour. “‘The Relationship Between Customer Engagement, Satisfaction, and Loyalty,’ *IJCRMM* 10, No. 2 (2019):,” n.d.
- Al, Ali Abdallah Alalwan et. “‘Consumer Adoption of Mobile Banking in Jordan: Examining the Role of Usefulness, Ease of Use, Perceived Risk and Self-Efficacy,’ *Journal of Enterprise Information Management* 29, No. 1 (2016):,” n.d.
- Al, Joseph F. Hair Jr. et. “‘When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM,’ *European Business Review* 31, No. 1 (2019):,” n.d.
- Al, Roderick J. Brodie et. “‘Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research,’ *Journal of Service Research* 14, No. 3 (2011):,” n.d.
- Alalwan, A. A. “‘Mobile Banking Adoption: Extending the TAM Model.” *International Journal of Bank Marketing* 38(1) (2020).
- Albert Mehrabian dan James A. Russell. *An Approach to Environmental Psychology* (Cambridge, MA: MIT Press, 1974), n.d.
- “Ali Abdallah Alalwan, Yogesh K. Dwivedi, Dan Nripendra P. Rana, ‘Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust,’ *International Journal of Information Management* 37, No. 3 (2017):,” n.d.
- . “‘Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers: Extending UTAUT2 with Trust,’ *International Journal of Information Management*, Vol. 37, No. 3 (2017),” n.d.
- “Bank Indonesia, ‘Statistik Sistem Pembayaran Dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP): Tabel 7 Proprietary Channel,’ Diakses 29 Juli 2026, https://www.bi.go.id/Id/Statistik/Ekonomi-Kuangan/SPIP/Documents/TABEL_7.Pdf,” n.d.
- Baron, Reuben M. & Kenny, David A. “‘The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research.” *Journal of Personality and Social Psychology* 51, no. 6 (1986).
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. “‘Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research,’ *Journal of Service Research* 14, No. 3 (2011):,” n.d.
- . “‘Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and

- Implications for Research.” *Journal of Service Research* 14(3) (2011).
- “BSI Optimistis Pengguna BYOND by BSI Tembus 10 Juta,” Infobanknews, Diakses 2026, <https://Infobanknews.Com/Bsi-Optimistis-Pengguna-Byond-by-Bsi-Tembus-10-Juta/>,” n.d.
- Eroglu, Sevgin A., Karen A. Machleit, dan Lenita M. Davis. “Atmospheric Qualities of Online Retailing,.” *Journal of Business Research* 54, no. 2 (2001).
- Faidah, N. “Peran Aplikasi BYOND by BSI Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Kepuasan Nasabah Pada Layanan Perbankan Syariah,’ Jurnal Prospek, Vol. 5, No. 1, 2024,” n.d.
- Fakhlina, R. J. “Digital Divide: Strategi Perpustakaan Sekolah Menghadapi Era Society 5.0 Di Masa Pandemi Covid-19,’ Maktabatuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan, 3(2), 2021, UIN Imam Bonjol Padang,” n.d.
- Fardila, G. “Efektivitas Penggunaan BISA Mobile Terhadap Transaksi Nasabah Perorangan Di PT. Bank KB Bukopin Syariah Area Padang’ (Tugas Akhir, UIN Imam Bonjol Padang, 2023).,” n.d.
- Garzaro, Varotto, & Pedro. “Internet and Mobile Banking: The Role of Engagement and Experience on Satisfaction and Loyalty,’ *International Journal of Bank Marketing* 39, No. 1 (2021):,” n.d.
- Gefen, David. “E-Commerce: The Role of Familiarity and Trust.” *Omega* 28, no. 6 (2000): 725–737. [https://doi.org/10.1016/S0305-0483\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0305-0483(00)00021-9).
- Ghozali, Imam Latan, Hengky. *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. 2nd ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro City:, 2015.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2021.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 3rd ed. California: SAGE Publications, 2021.
- Hapsari, Ratih, Michael D. Clemes, and David Dean. “The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty.” *International Journal of Quality and Service Sciences* 9, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2016-0048>.
- Hollebeek, Linda D. “Exploring Customer Brand Engagement: Definition and Themes,’ *Journal of Strategic Marketing* 19, No. 7 (2011):,” n.d.
- Hussein, Sumiati, Hapsari, & Abu Bakar. “Bank 4.0 Experiential Quality and Customer Loyalty: A Serial Mediating Role of Customer Trust and Engagement,’ *The TQM Journal* 35, No. 7 (2023):,” n.d.

Ibid, n.d.

Indonesia, Bank. “Statistik Sistem Pembayaran Indonesia 2023.” Jakarta, 2023.

Indonesia, Bank Syariah. “‘Pengguna BYOND by BSI Tumbuh Pesat Tembus 3,5 Juta User,’ Bankbsi.Co.Id, 12 Maret 2025.,” n.d.

Indonesia, CNN. “Kronologi BSI Error Hingga Diduga Kena Ransomware,” 2023. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230515132421-185-949628/kronologi-bsi-error-hingga-diduga-kena-ransomware>.

Joseph F. Hair Jr., et al. *Multivariate Data Analysis (8th Ed.)*. Cengage Learning, 2019.

Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Marketing Management, Ed. Ke-15 (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2016)*, , n.d.

Lastiati, Nurhinudin &. “‘Exploring the Role of Trust and User Experience on Users’ Continuance Intention in Digital Fund Transfers: A Mediated Model through User Satisfaction,” *IJSE* (2026),” n.d.

Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., & Ala, M. “Past, Present, and Future of Customer Engagement.” *Journal of Business Research* 140 (2022).

Mehrabian, Albert dan James A. Russell. *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press, 1974.

An Approach to Environmental Psychology (Cambridge: MIT Press, 1974), MIT Press, 1974.

Naimi-Sadigh, A., Asgari, T., & Rabiei, M. “Digital Transformation in the Banking Industry: A Systematic Review and Future Research Agenda.” *Sustainability* 14, no. 9 (2022). <https://doi.org/10.3390/su14095470>.

Nguyen, O. T., & Pham, L. “Digital Banking Adoption among Generation Z: An Empirical Study.” *Journal of Financial Services Marketing* 28(3) (2023). <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00189-7>.

Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M., & Popovič, A. “Extending the Understanding of Mobile Banking Adoption: When UTAUT Meets TTF and ITM.” *International Journal of Information Management* 34, no. 5 (2014).

Oliver, Richard L. “, ‘A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions,’ *Journal of Marketing Research* 17, No. 4 (1980);,” n.d

“Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, 2nd Ed. (New York: Routledge, 2014).,” n.d.

Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, Ed. Ke-2 (Armonk, NY: M.E. Sharpe, 2010), n.d.

Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (New York: McGraw-Hill, 1997), n.d.

- Pansari, V. Kumar and Anita. “Competitive Advantage through Engagement,” *Journal of Marketing Research* 53, No. 4 (2016):,” n.d.
- “Perbandingan Dapat Pula Merujuk Pada Studi Antarmuka Aplikasi Di Lingkungan UIN IB Padang, Misalnya: ‘Perbandingan Kepuasan Pengguna Aplikasi Maktabah Syamilah Versi Desktop Dan Mobile Di Kalangan Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang,’ *Jurnal Pustakaloka, UIN*,” n.d.
- PT Bank Syariah Indonesia Tbk. “Laporan Tahunan 2023, (Jakarta: PT Bank Syariah Indonesia Tbk, 2024), 74, <https://ir.bankbsi.co.id/misc/ar/ar2023-id/76/>,” n.d.
- ““SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif Yang Semakin Nyaman & Aman Diakses,” BSI News & Update, 11 November 2024.,” n.d.
- Ramadhan, Masyita, & Susanti. “Customer Loyalty in Digital Banking: An Integrated Model of UX, Security, Trust, and Satisfaction,” *MORFAI Journal* 6, No. 1 (2025).,” n.d.
- Rather, R. A., Hollebeek, L. D., & Rasoolimanesh, S. M. “Customer Engagement and Loyalty.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 58 (2021).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta*. Alfabeta, Bandung, 2022.
- Suhendar. “Pengaruh Keamanan, Privasi, Dan Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah Pengguna BYOND by BSI,” *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, Vol. 6, No. 2 (2025),” n.d.
- Suhendar, Mirza Zulkifli; Asep Dadan. “Model Kepercayaan Yang Berdampak Pada Kepuasan Layanan Mobile Banking Di DKI Jakarta.” *Indonesian Marketing Journal* 5, no. 1 (2025).
- Suhendar, Mirza Zulkifli dan Asep Dadan. “Model Kepercayaan Yang Berdampak Pada Kepuasan Layanan Mobile Banking Di DKI Jakarta.” *Indonesian Marketing Journal* 5, no. 1 (2025).
- “SURVEI AWAL 29 APRIL 2026,” n.d.
- Tbk, PT Bank Syariah Indonesia. ““BYOND By BSI - Produk & Layanan,” Situs Resmi Bank Syariah Indonesia, Diakses 2026, [<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking/parent/produk/byond-by-bsi>](<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/di>,” n.d.
- ““BYOND by BSI Kian Diminati Generasi Muda, BSI Targetkan 10 Juta Pengguna Di 2026,’ Berita BSI, 31 Maret 2026, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/byond-by-bsi-kian-diminati-generasi-muda-bsi-targetkan-10-juta-pengguna-di-2026/>,” n.d.

““SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan!...,’ Loc. Cit.,” n.d

““SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif Yang Semakin Nyaman & Aman Diakses,’ Berita BSI, 11 November 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/superapp-byond-by-bsi-resmi-diluncurkan-hadirkan-layanan-komprehensif-y>,” n.d.

““SuperApp BYOND by BSI Resmi Diluncurkan! Hadirkan Layanan Komprehensif Yang Semakin Nyaman & Aman Diakses,’ Berita BSI, 11 November 2024,” n.d.

““Tentang Kami,’ Bank Syariah Indonesia, Diakses 27 Agustus 2026, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>,” n.d.

Vivek, Shiri Dholakia, Sharon E. Beatty, dan Robert M. Morgan. ““Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase.,”” *Journal of Marketing Theory and Practice* 20, no. 2 (2012).

