

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan saat ini berada dalam dinamika persaingan yang semakin intens, yang dipengaruhi oleh percepatan proses digitalisasi, perubahan pola perilaku nasabah, serta hadirnya pemain baru seperti *financial technology* (*fintech*) dan bank digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Kondisi ini menuntut lembaga keuangan konvensional untuk melakukan inovasi secara progresif melalui penerapan teknologi canggih seperti *artificial intelligence*, *data analytics*, serta layanan perbankan berbasis *mobile* guna mempertahankan loyalitas nasabah yang semakin kritis (McKinsey & Company, 2025). Selain itu, perkembangan regulasi perbankan dan meningkatnya ancaman keamanan siber mengharuskan institusi keuangan untuk menyeimbangkan efisiensi operasional dengan penyediaan pengalaman layanan yang personal dan aman (Bank Indonesia, 2023). Dengan demikian, kompetisi dalam sektor perbankan tidak lagi hanya berfokus pada variasi produk dan suku bunga, tetapi juga pada kecepatan pelayanan, kenyamanan penggunaan, serta kemampuan dalam membangun ekosistem layanan keuangan yang relevan, adaptif, dan berkelanjutan.

Dunia perbankan terus mengalami transformasi seiring perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan masyarakat. Jika pada masa sebelumnya layanan perbankan bergantung pada cabang fisik sebagai pusat aktivitas transaksi, kini bank mulai mengubah cara mereka melayani nasabah dengan menghadirkan berbagai kanal layanan yang lebih praktis. Inovasi ini diawali dengan kehadiran ATM yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi tanpa perlu bertemu

petugas bank, dan kemudian berlanjut hingga munculnya konsep perbankan tanpa cabang (*branchless banking*) (Bank Indonesia, 2023).

Tren inovasi tersebut berkembang pesat seiring hadirnya layanan digital, seperti uang elektronik, *mobile banking*, *internet banking*, dan beragam aplikasi keuangan lainnya yang dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi bagi nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2025). Dengan adanya layanan digital ini, nasabah tidak lagi harus datang ke kantor cabang untuk melakukan aktivitas perbankan, sehingga proses transaksi menjadi lebih efisien dan sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern yang serba cepat (McKinsey & Company, 2025).

Saat ini, perkembangan layanan *mobile banking* semakin maju dengan hadirnya aplikasi perbankan yang menyatukan berbagai fitur dalam satu platform yang lebih aman dan mudah digunakan. Berbagai bank di Indonesia kini menyediakan aplikasi *mobile banking* yang memungkinkan nasabah mengakses layanan seperti cek saldo, pembayaran tagihan, transfer antarbank, pengisian *e-wallet*, hingga layanan keuangan syariah seperti pembayaran zakat dan sedekah digital (Bank Indonesia, 2023). Dengan demikian, inovasi digital dalam sektor perbankan menunjukkan adanya upaya berkelanjutan untuk menyediakan layanan yang lebih nyaman, aman, dan mudah diakses kapan saja serta di mana saja (McKinsey & Company, 2025). Untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan dan dominasi super app di Indonesia, khususnya pada sektor perbankan digital dan layanan terintegrasi, maka data jumlah pengguna berbagai super app disajikan dalam bentuk Tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Super Apps

Nama Aplikasi	Pemilik/Institusi	Jumlah Pengguna Aktif
BRImo	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	44,4 juta pengguna
Byond by BSI	Bank Syariah Indonesia (BSI)	± 1 juta pengguna
BNI Mobile Banking / Wondr by BNI	Bank Negara Indonesia (BNI)	± 10,5 juta pengguna
Gojek	GoTo Group	> 74 juta pengguna
Grab	Grab Holdings	> 74 juta pengguna
DANA	PT Espay Debit Indonesia Koe	> 74 juta pengguna

Sumber: (Detail News 2025)

Data pengguna Super App di Indonesia menunjukkan bahwa aplikasi perbankan digital menjadi pemain dominan dalam ekosistem layanan terintegrasi. BRImo milik Bank Rakyat Indonesia (BRI) tercatat sebagai super app perbankan dengan jumlah pengguna terbesar, mencapai 44,4 juta pengguna aktif pada tahun 2025, berkat kelengkapan fitur transaksi, investasi, dan layanan gaya hidup. Namun demikian, Byond by BSI menunjukkan perkembangan yang sangat pesat sebagai super app berbasis syariah, khususnya di kalangan milenial. Dalam waktu satu bulan sejak peluncurannya pada Desember 2024, Byond by BSI telah mencapai sekitar 1 juta pengguna, dengan mengintegrasikan layanan finansial, sosial, dan spiritual dalam satu platform. Pertumbuhan ini menandakan tingginya minat nasabah terhadap layanan digital syariah yang modern, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup saat ini. Selain itu, aplikasi perbankan lain seperti BNI Mobile Banking dan Wondr by BNI juga mencatat sekitar 10,5 juta pengguna, sementara super app non-perbankan seperti Gojek, Grab, dan dompet digital DANA tetap memiliki basis pengguna yang besar, dengan lebih dari 74 juta pengguna aktif pada Juni 2025 (Detail News 2025). pengembangan aplikasi

Byond by BSI menjadi strategi penting bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan pengalaman pengguna serta membangun loyalitas nasabah di tengah persaingan digital yang semakin ketat.

Salah satu perbankan di Kota Padang yang telah memanfaatkan layanan mobile banking adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Padang UPI YPTK. Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI tidak hanya berupaya memberikan layanan sesuai prinsip syariah, tetapi juga harus mampu bersaing dengan bank syariah lainnya maupun bank konvensional yang semakin agresif mengembangkan layanan digital dan produk keuangan modern. Persaingan ini menjadi dorongan bagi BSI untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang mudah, cepat, dan sesuai kebutuhan nasabah di era digital.

Namun seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat akan layanan digital yang lebih cepat, modern, dan terintegrasi, BSI menyadari perlunya sistem baru yang lebih mampu mengikuti perkembangan teknologi. Karena itu, sejak akhir 2023 hingga memasuki 2024, penggunaan BSI Mobile mulai dialihkan secara bertahap. Pada tahun 2025, BSI Mobile secara resmi dihentikan pengembangannya dan tidak lagi menjadi aplikasi utama layanan digital BSI, karena digantikan oleh aplikasi terbaru, yaitu Byond by BSI.

Aplikasi Byond by BSI mulai tersedia bagi masyarakat sejak 26 Oktober 2024 melalui App Store dan Play Store, dan secara resmi diluncurkan sebagai *SuperApp* pada 9 November 2024 di Jakarta. Byond by BSI merupakan layanan mobile banking yang dikembangkan sebagai bagian dari strategi digitalisasi layanan keuangan syariah, yang dirancang untuk menyediakan layanan perbankan modern, aman, dan terintegrasi melalui perangkat seluler (Bank Syariah

Indonesia, 2025). Melalui Byond by BSI, nasabah dapat mengakses berbagai fitur seperti pembukaan rekening online, QRIS, investasi syariah, informasi rekening, pemindahan dana, top up, hingga pengelolaan e-wallet secara lebih cepat dan fleksibel. keamanan aplikasi juga semakin ditingkatkan, sehingga nasabah bisa bertransaksi dengan aman tanpa khawatir data dicuri atau disalah gunakan.

Kehadiran Byond by BSI menjadi langkah strategis dalam transformasi digital BSI guna menyediakan layanan finansial, sosial, dan spiritual secara lebih komprehensif dan aman. Antusiasme masyarakat terhadap aplikasi ini juga cukup tinggi. Dalam 14 hari pertama peluncurannya, Byond by BSI telah digunakan oleh lebih dari 100.000 pengguna dengan total transaksi mencapai satu juta transaksi (Bank Syariah Indonesia, 2025).

BSI KCP Padang UPI YPTK, pendataan pengguna Byond mulai dilakukan secara resmi pada tahun 2025, sehingga data tahun tersebut digunakan untuk menggambarkan perkembangan awal pemanfaatan layanan digital ini di tingkat cabang. Dengan mempertimbangkan industri perbankan syariah saat ini, peneliti memilih BSI KCP Padang UPI YPTK sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. BSI KCP Padang UPI YPTK merupakan salah satu cabang dengan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya, sehingga menjadi representatif untuk mengamati dinamikan loyalitas nasabah pada lembaga keuangan syariah, terutama pengguna Byond by BSI. Selain itu cabang ini berada dikawasan pendidikan dan pusat aktivitas masyarakat, yang membuat karakteristik nasabah lebih beragam dan relevan untuk dikaji.

Berikut perkembangan jumlah nasabah tabungan BSI KCP Padang UPI YPTK dari tahun 2022 s/d 2024, beserta jumlah nasabah pengguna Byond by BSI tahun 2025.

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Tabungan BSI KCP Padang UPI YPTK Dari Tahun 2022 s/d 2024, Beserta Jumlah Nasabah Pengguna Byond by BSI tahun 2025

Tahun	Nasabah presentase Tabungan	% Nasabah tabungan	Nasabah Pengguna Byond by BSI	% Pengguna byond
2022	16,724	-		-
2023	18,761	12,18%		-
2024	20,638	10,01%		-
2025	-	-	6,029	29%

Sumber: BSI KCP Padang UPI YPTK

Berdasarkan Tabel 1.2, jumlah nasabah tabungan BSI KCP Padang UPI YPTK menunjukkan tren peningkatan yang konsisten dari tahun 2022 hingga 2024. Pada tahun 2022, jumlah nasabah tercatat sebanyak 16,724 nasabah, kemudian mengalami kenaikan menjadi 18,761 nasabah pada tahun 2023, atau meningkat sebesar 12,18%. Pertumbuhan ini berlanjut pada tahun 2024 dengan total 20,638 nasabah, meskipun persentase peningkatan sedikit menurun menjadi 10,01%. Kenaikan jumlah nasabah setiap tahun ini menunjukkan bahwa BSI KCP Padang UPI YPTK mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat serta meningkatkan jangkauan layanan keuangan syariah, terutama di kawasan pendidikan dan lingkungan masyarakat sekitar.

Sementara itu, pada tahun 2025 BSI mulai mencatat data jumlah pengguna aplikasi Byond by BSI, sebagai bagian dari langkah transformasi digital perbankan syariah. Tercatat sebanyak 6.029 nasabah telah menggunakan aplikasi tersebut, dengan tingkat adopsi mencapai 29%. Tingginya persentase pengguna ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga dari total nasabah sudah beralih

memanfaatkan layanan digital untuk melakukan transaksi perbankan. Hal ini menandakan keberhasilan BSI KCP Padang UPI YPTK dalam memperkenalkan dan mendorong pemanfaatan layanan modern berbasis teknologi kepada nasabahnya.

Menurut Kotler dan Keller (2018) kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Loyalitas nasabah merupakan faktor penting dalam menjaga keberhasilan dan keberlanjutan lembaga keuangan, terutama di sektor perbankan. Menurut Kotler dalam (Setyani et al. 2024) bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berkopetensi menyebabkan nasabah beralih. Bank yang mampu memberikan pelayanan konsisten, berkualitas, dan sesuai dengan harapan nasabah akan lebih mudah mempertahankan hubungan jangka panjang serta meningkatkan keunggulan kompetitifnya (Dwisetyawati et al., 2025).

Untuk melihat lebih jelas mengenai fenomena loyalitas nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI di BSI KCP Padang UPI YPTK peneliti juga melakukan prasurvei kepada 30 orang nasabah pada Tabel 1.2.

Tabel 1.3 Prasurvei Variabel Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Saya menggunakan aplikasi Byond by BSI secara berulang untuk melakukan transaksi	18 (60%)	12 (40%)
2	Saya sudah terbiasa menggunakan aplikasi Byond by BSI dalam kegiatan transaksi perbankan.	14 (47%)	16 (53%)
3	Saya menyukai aplikasi Byond by BSI karena mudah digunakan.	13 (43%)	17 (57%)

4	Saya tetap menggunakan aplikasi Byond by BSI meskipun ada aplikasi lain yang menawarkan layanan serupa.	11 (37%)	19 (63%)
5	Aplikasi Byond by BSI lebih unggul dibandingkan aplikasi perbankan digital lainnya.	9 (30%)	21 (70%)
6	Saya bersedia merekomendasikan aplikasi Byond by BSI kepada orang lain.	20 (67%)	10 (33%)

Sumber: Prasurvei Di BSI KCP Padang UPI YPTK

Berdasarkan hasil prasurvei terhadap 30 nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI di BSI KCP Padang UPI YPTK, terlihat bahwa tingkat loyalitas nasabah masih tergolong belum optimal. Meskipun 60% responden menggunakan aplikasi secara berulang, hanya 47% yang merasa sudah terbiasa menggunakannya dalam aktivitas perbankan, dan hanya 43% yang menilai aplikasi tersebut mudah digunakan. Indikator loyalitas yang terkait komitmen juga menunjukkan nilai rendah, di mana hanya 37% nasabah yang tetap menggunakan Byond meskipun ada aplikasi lain yang menawarkan layanan serupa, serta hanya 30% yang menganggap aplikasi ini lebih unggul dibandingkan aplikasi digital banking lainnya.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK yaitu Kemudahan akses aplikasi Byond by BSI. Menurut Alfiana & Amri, (2024) kemudahan akses adalah keadaan dimana orang menganggap bahwa suatu sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan akses juga mencakup konsep bahwa teknologi informasi dapat mengurangi usaha seseorang, baik dalam hal waktu maupun tenaga yang dibutuhkan untuk mempelajarinya atau menggunakannya, karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah dimengerti dan tidak akan menyulitkan mereka dalam menjalankan tugas mereka. Untuk melihat

fenomena mengenai kemudahan akses aplikasi Byond by BSI peneliti melakukan prasurvei kepada 30 orang nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Prasurvei Kemudahan Akses

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Aplikasi Byond by BSI dapat diakses dalam berbagai situasi tanpa hambatan.	16 (53%)	14 (47%)
2	Aplikasi Byond by BSI mudah dipelajari meskipun pertama kali digunakan.	18 (60%)	12 (40%)
3	Aplikasi Byond by BSI mudah digunakan untuk melakukan berbagai transaksi.	15 (50%)	15 (50%)
4	Saya dapat melihat dan mengelola riwayat transaksi melalui aplikasi Byond by BSI dengan baik.	30 (100%)	- (-%)

Sumber: Prasurvei Di BSI KCP Padang UPI YPTK

Hasil prasurvei terhadap 30 nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK menunjukkan bahwa kemudahan akses aplikasi Byond by BSI dinilai cukup baik, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Sebanyak 53% responden menyatakan bahwa aplikasi Byond dapat diakses dalam berbagai situasi tanpa hambatan, sementara 47% lainnya masih mengalami kendala, yang menandakan bahwa stabilitas akses aplikasi belum sepenuhnya optimal bagi seluruh pengguna. Selain itu, 60% responden menilai bahwa aplikasi mudah dipelajari meskipun digunakan untuk pertama kali, menunjukkan bahwa tampilan dan navigasi aplikasi cukup ramah bagi pengguna baru. Namun, kemampuan aplikasi dalam memfasilitasi berbagai transaksi memperoleh persentase yang seimbang, yaitu 50% setuju dan 50% tidak setuju, mengindikasikan bahwa sebagian pengguna masih merasakan kesulitan dalam melakukan transaksi tertentu. Berdasarkan penelitan yang dilakukan oleh Setyani et al. (2024) dan Pasaribu et al. (2024) yang menemukan bahwa kemudahan akses aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, semakin

mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi kecenderungan nasabah untuk tetap setia.

Selain kemudahan akses, peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi juga menjadi aspek penting yang menjembatani hubungan antara kemudahan akses aplikasi dan loyalitas nasabah. Kepuasan muncul ketika nasabah merasa bahwa aplikasi perbankan yang digunakan mampu memenuhi kebutuhan, memberikan kenyamanan, serta menawarkan pengalaman layanan yang sesuai dengan harapan. Kepuasan ialah perasaan bahwa seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu produk setelah membandingkan kinerja produk dengan yang mereka harapkan Masili dalam (Setyani et al., 2024). Ketika nasabah merasa bahwa aplikasi mudah digunakan sekaligus mampu memberikan tingkat kepuasan yang tinggi, maka kecenderungan mereka untuk tetap setia terhadap layanan tersebut semakin kuat. Untuk melihat fenomena kepuasan nasabah peneliti melakukan prasurvei kepada 30 nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI di BSI KCP Padang UPI YPTK pada tabel 1.5.

Tabel 1.5 Prasurvei Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Fitur-fitur layanan pada aplikasi Byond by BSI memberikan pengalaman penggunaan yang baik.	17 (57%)	13 (43%)
2	Aplikasi Byond by BSI menyediakan pilihan layanan yang memadai untuk kebutuhan transaksi saya.	16 (53%)	14 (47%)
3	Aplikasi Byond by BSI merespons transaksi dengan cepat tanpa hambatan.	14 (47%)	16 (53%)
4	Saya merasa dilayani dengan baik ketika berkomunikasi dengan pihak BSI KCP Padang UPI YPTK terkait penggunaan aplikasi Byond by BSI.	18 (60%)	12 (40%)
5	Sistem keamanan aplikasi Byond by BSI membuat saya yakin data pribadi dan transaksi saya terlindungi.	13 (43%)	17 (57%)

Sumber: Prasurvei Di BSI KCP Padang UPI YPTK

Hasil prasarvei terhadap 30 nasabah pengguna aplikasi Byond by BSI di BSI KCP Padang UPI YPTK menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah masih berada pada kategori cukup namun belum sepenuhnya optimal. Sebanyak 57% responden menilai bahwa fitur-fitur layanan aplikasi memberikan pengalaman penggunaan yang baik, dan 53% merasa bahwa pilihan layanan yang tersedia sudah memadai, meskipun persentase ketidakpuasan masih cukup tinggi. Dari sisi performa aplikasi, hanya 47% responden yang menyatakan bahwa aplikasi merespons transaksi dengan cepat tanpa hambatan, sehingga lebih dari separuh pengguna masih mengalami kendala dalam hal kecepatan dan stabilitas sistem. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun beberapa aspek aplikasi Byond by BSI telah memberikan pengalaman yang memadai, masih terdapat aspek penting seperti kecepatan transaksi dan keamanan data yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan nasabah secara menyeluruh.

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian oleh Hafizh et al. (2024) menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Tingginya kepuasan yang dirasakan nasabah saat menggunakan aplikasi, maka loyalitas akan semakin tinggi. Selanjutnya Setyani et al. (2024) juga menemukan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, peran kepuasan menjadi penghubung penting yang memperkuat hubungan antara kemudahan akses aplikasi Byond by BSI dan loyalitas nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK.

Penelitian ini penting dilakukan karena masih terdapat ketidak sesuaian antara harapan dan pengalaman nasabah dalam menggunakan aplikasi Byond by BSI, terutama terkait kemudahan akses dan kenyamanan transaksi. Penelitian ini

mengacu pada studi Hafizh et al. (2024) dan Setyani et al. (2024), namun berbeda pada objek penelitian. Jika penelitian sebelumnya meneliti pengguna mobile banking BRI, penelitian ini berfokus pada pengguna aplikasi Byond by BSI. Oleh karena itu, penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Aplikasi Byond By BSI Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Padang UPI YPTK)”** dianggap relevan untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai kondisi penilaian nasabah terhadap penggunaan aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK
4. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen digital marketing, terutama mengenai pengaruh kemudahan akses aplikasi Byond by BSI terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi digital bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

B. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak BSI KCP Padang UPI YPTK dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital serta meningkatkan kualitas dan kemudahan akses aplikasi mobile agar dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih baik kepada nasabah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan membantu pihak manajemen dalam memahami kebutuhan dan preferensi nasabah di era digital, sehingga dapat merancang program dan layanan yang mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap BSI.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK yang menggunakan Aplikasi Byond by BSI.
2. Variabel yang diteliti meliputi kemudahan akses, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna Aplikasi Byond by BSI pada nasabah BSI KCP Padang UPI YPTK

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

A. BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

B. BAB II Tinjauan Pustaka

Membahas teori-teori yang relevan mengenai loyalitas nasabah, kemudahan akses, kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan pengembangan hipotesis

C. BAB III Metodologi Penelitian

Menjelaskan jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

D. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menyajikan profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, kriteria sampel, demografis responden, tingkat capaian responden, serta analisis data menggunakan SmartPLS yang meliputi pengujian outer model, inner model, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori dan penelitian terdahulu.

E. BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran bagi pihak terkait dan peneliti selanjutnya.