

Pengaruh Pemanfaatan *E-Channel* dan Literasi Digital terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan

Dini Fitriani Ali*, Rizki Febri Eka Pradani

Program studi ekonomi, Universitas Nurul Jadid

*Correspondence: dinfirli11@gmail.com, febri@unuja.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital di sektor perbankan mendorong bank untuk mengembangkan layanan berbasis teknologi guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Keberhasilan implementasi layanan digital tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas *e-channel*, tetapi juga oleh tingkat literasi digital nasabah dalam memanfaatkan teknologi secara efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah 5.200 nasabah aktif pengguna JConnect, dengan sampel sebanyak 371 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin melalui teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-channel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Literasi digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital perlu diimbangi dengan peningkatan literasi digital nasabah agar implementasi transformasi digital perbankan mampu memberikan pengalaman layanan yang optimal dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *e-channel*; literasi digital; kepuasan nasabah; transformasi digital; Bank Jatim.

ABSTRACT

Digital transformation in the banking sector is driving banks to develop technology-based services to improve service quality and customer satisfaction. The success of implementing digital services is influenced not only by the quality of *e-channels* but also by customers' level of digital literacy in effectively utilizing technology. This study aims to analyze the influence of *e-channel* usage and digital literacy on customer satisfaction levels at Bank Jatim's Kraksaan Branch, both partially and simultaneously. The study employs a quantitative approach using an associative-causal research design. The study population consisted of 5,200 active JConnect users, with a sample of 371 respondents determined using the Slovin formula through simple random sampling. Data were collected via a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics. The results indicate that the use of *e-channels* has a positive and significant effect on customer satisfaction. Digital literacy also has a positive and significant impact on customer satisfaction. Furthermore, the simultaneous use of *e-channels* and digital literacy has been shown to have a positive and significant impact on customer satisfaction at Bank Jatim's Kraksaan Branch. These findings indicate that improvements in the quality of digital services must be balanced with improvements in customer digital literacy so that the implementation of digital banking transformation can deliver an optimal service experience and enhance customer satisfaction.

Keywords: *e-channel*; digital literacy; customer satisfaction; digital transformation; Bank Jatim

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri perbankan, yang kini tidak lagi hanya mengandalkan layanan tatap muka, tetapi juga mengembangkan berbagai layanan berbasis teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan kepada nasabah (Al Adly et al., 2025; Sophia et al., 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan layanan digital seperti *mobile banking*, *internet banking*, QRIS, dan dompet digital semakin pesat, seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang semakin terbiasa melakukan transaksi secara non-tunai dan memanfaatkan layanan keuangan digital, terutama setelah pandemi Covid-19 (Faizun et al., 2023; Siddiqi et al., 2025; Yaqin

et al., 2025). Kondisi tersebut didukung oleh berbagai indikator yang menunjukkan peningkatan aktivitas transaksi digital di Indonesia. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi pembayaran digital terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, didorong oleh meningkatnya penggunaan aplikasi perbankan digital dan sistem pembayaran elektronik (Nurhidayati & Cahyani, 2021). Di sisi lain, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga melaporkan bahwa transformasi digital telah menjadi salah satu strategi utama industri perbankan dalam meningkatkan daya saing dan kualitas layanan kepada nasabah (Nurhidayati & Cahyani, 2021). Perkembangan ini menunjukkan bahwa layanan digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari industri perbankan modern, sehingga

kualitas layanan digital menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi pengalaman dan tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan (International Telecommunication, 2025; Setyowati et al., 2020).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi digital yang berkembang pesat, sehingga mendorong industri perbankan untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan berbasis teknologi digital (Sondakh, 2014; Sutarsih & Maharani, 2022). Dalam beberapa tahun terakhir, hampir seluruh perbankan di Indonesia telah mengembangkan layanan *mobile banking* sebagai bagian dari strategi transformasi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Sebagai salah satu Bank Pembangunan Daerah, Bank Jatim turut mendukung transformasi tersebut melalui pengembangan aplikasi JConnect yang menyediakan berbagai fitur layanan perbankan digital guna mempermudah aktivitas transaksi nasabah (Faizun et al., 2023). Upaya tersebut juga didukung oleh peningkatan jumlah pengguna JConnect, bertambahnya volume transaksi digital, serta berbagai penghargaan yang diperoleh Bank Jatim atas inovasi layanan digitalnya (Meisya et al., 2025; Sophia et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi layanan Bank Jatim merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, namun keberhasilan implementasinya tetap bergantung pada penerimaan dan pengalaman nasabah dalam memanfaatkan layanan digital tersebut.

Pemanfaatan *e-channel* menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kualitas layanan perbankan karena mampu memberikan kemudahan, efisiensi, fleksibilitas, serta keamanan transaksi bagi nasabah (Faizun et al., 2023). Namun demikian, manfaat layanan digital tersebut tidak dapat dirasakan secara optimal apabila nasabah belum memiliki tingkat literasi digital yang memadai. Literasi digital mencerminkan kemampuan individu dalam memahami teknologi, mengoperasikan aplikasi digital, serta menjaga keamanan selama melakukan transaksi elektronik (Gilster, 1997). Perbedaan kemampuan literasi digital menyebabkan pengalaman penggunaan layanan digital tidak selalu sama pada setiap nasabah, sehingga masih ditemukan variasi tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Dengan demikian, keberhasilan implementasi layanan digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas *e-channel*, tetapi juga oleh tingkat literasi digital nasabah yang pada akhirnya memengaruhi kepuasan mereka.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara pemanfaatan *e-channel* dengan kepuasan nasabah dan menunjukkan bahwa layanan digital berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pelayanan perbankan (Daga & Rosnaini, 2017; Sondakh, 2014; Zulianto et al., 2024). Penelitian-penelitian terbaru

juga mulai menyoroti pentingnya literasi digital sebagai faktor yang memengaruhi pemanfaatan teknologi dan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Meskipun demikian, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan variasi, di mana sebagian penelitian menemukan pengaruh yang signifikan, sementara penelitian lainnya memperoleh hasil yang berbeda. Selain itu, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada layanan *mobile banking* atau dilakukan pada bank-bank nasional (Kusuma, 2021), sehingga belum banyak yang mengintegrasikan pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital secara simultan pada konteks Bank Pembangunan Daerah, khususnya Bank Jatim Cabang Kraksaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut dengan menganalisis kedua variabel secara bersamaan dalam konteks yang berbeda.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital sebagai variabel independen yang dianalisis secara simultan dalam menjelaskan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Jatim Cabang Kraksaan, yang hingga saat ini masih relatif terbatas dikaji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis dalam memperkaya literatur mengenai digital banking, khususnya terkait hubungan antara layanan digital, literasi digital, dan kepuasan nasabah. Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Bank Jatim dalam meningkatkan kualitas layanan digital serta merancang program peningkatan literasi digital guna mengoptimalkan kepuasan nasabah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan dan besarnya pengaruh antarvariabel melalui analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh dari responden, sehingga menghasilkan bukti empiris yang objektif sesuai dengan tujuan penelitian (Lamonge, 2023; Waruwu et al., 2025). Penelitian dilaksanakan di Bank Jatim Cabang Kraksaan dengan objek penelitian berupa nasabah aktif pengguna layanan digital JConnect.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 5.200 nasabah aktif pengguna JConnect. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sebanyak 371 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random*

sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian. Responden dalam penelitian ini melibatkan

seluruh nasabah Bank Jatim yang menggunakan aplikasi *J-Connect*. Jumlah responden ini terdiri dari 371 nasabah. Data responden dikumpulkan berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1
Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	165	44,5
Laki-laki	206	55,5
Jumlah	371	100,0

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa responden perempuan berjumlah 165 nasabah dengan persentase 44,5% dan responden laki-laki berjumlah 206 nasabah dengan persentase 55,5% dengan total secara keseluruhan responden sebanyak 371 nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden laki-laki. Yang artinya, laki-laki lebih banyak menggunakan aplikasi *J-Connect* untuk bertransaksi dalam kehidupan sehari-hari.

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari teori dan penelitian terdahulu yang relevan, kemudian disesuaikan dengan

konteks layanan digital perbankan. Variabel pemanfaatan *e-channel* (X_1) diukur melalui indikator yang merepresentasikan kemudahan penggunaan, efisiensi, aksesibilitas, dan keamanan layanan digital. Variabel literasi digital (X_2) diukur berdasarkan kemampuan responden dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan aman. Sementara itu, variabel kepuasan nasabah (Y) diukur melalui indikator yang mencerminkan tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan digital yang diterima. Sebelum dilakukan analisis, seluruh instrumen diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan setiap butir pernyataan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Utama
Pemanfaatan <i>E-Channel</i> (X_1)	(1) Kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>); (2) Efisiensi transaksi; (3) Aksesibilitas layanan; (4) Keamanan transaksi
Literasi Digital (X_2)	(1) Kemampuan mengakses informasi digital; (2) Kemampuan memahami informasi digital; (3) Kemampuan mengevaluasi informasi digital; (4) Kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara efektif dan aman
Kepuasan Nasabah (Y)	(1) Kesesuaian harapan; (2) Kepuasan terhadap kualitas layanan; (3) Kepuasan terhadap pengalaman penggunaan; (4) Kesiediaan menggunakan kembali atau merekomendasikan layanan

Sumber: data olahan

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (*t-test*), uji simultan (*F-test*), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh pengujian statistik menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

HASIL

Pengaruh Pemanfaatan E-Channel terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-channel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemanfaatan layanan digital perbankan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa layanan *e-channel* mampu memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan perbankan yang cepat, mudah diakses, efisien, dan aman. Fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi *JConnect* memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Kemudahan dan efisiensi tersebut memberikan pengalaman layanan yang lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.

Temuan ini sejalan dengan teori kualitas layanan elektronik (*electronic service quality*) yang menyatakan

bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*), efisiensi, aksesibilitas, dan keamanan merupakan dimensi penting dalam membentuk persepsi positif pengguna terhadap layanan digital (Faizun et al., 2023; Siudek & Zawojka, 2024; Williamson, 2015). Ketika layanan digital mampu memenuhi harapan pengguna, tingkat kepuasan nasabah akan meningkat. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menemukan bahwa pemanfaatan *e-channel* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Faizun et al., 2023; Rizal, 2023). Namun demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris pada konteks Bank Pembangunan Daerah, khususnya Bank Jatim Cabang Kraksaan, yang masih relatif jarang dikaji dibandingkan bank-bank nasional.

Temuan ini menunjukkan bahwa Bank Jatim perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital melalui penyempurnaan fitur aplikasi JConnect, peningkatan stabilitas sistem, penguatan keamanan transaksi, serta penyediaan layanan yang mudah diakses oleh seluruh kelompok nasabah. Langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengalaman penggunaan layanan digital sekaligus memperkuat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Pengaruh Literasi Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Semakin tinggi tingkat literasi digital yang dimiliki nasabah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan terhadap penggunaan layanan digital perbankan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan nasabah dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan teknologi digital berperan penting dalam menciptakan pengalaman penggunaan layanan yang lebih efektif. Nasabah dengan literasi digital yang baik cenderung lebih mudah mengoperasikan aplikasi JConnect, memahami fitur-fitur yang tersedia, serta mampu melakukan transaksi secara mandiri dan aman. Kondisi tersebut mengurangi potensi kesalahan penggunaan layanan sehingga meningkatkan kepuasan.

Temuan ini mendukung konsep literasi digital yang menekankan bahwa kemampuan individu dalam menggunakan teknologi secara efektif dan bertanggung jawab menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemanfaatan layanan digital. Tingkat literasi digital yang baik memungkinkan pengguna memperoleh manfaat optimal dari teknologi yang digunakan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa literasi digital berkontribusi positif terhadap kepuasan pengguna layanan digital (Siddiqi et al., 2025). Meskipun demikian, penelitian ini memperluas bukti empiris dengan menguji pengaruh literasi digital pada layanan perbankan daerah melalui aplikasi JConnect Bank Jatim.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital perlu diimbangi dengan upaya peningkatan literasi digital nasabah. Bank Jatim dapat menyelenggarakan program edukasi, sosialisasi penggunaan aplikasi JConnect, penyediaan video tutorial, serta layanan pendampingan digital untuk membantu nasabah memanfaatkan layanan secara optimal.

Pengaruh Pemanfaatan E-Channel dan Literasi Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel saling melengkapi dalam membentuk pengalaman positif nasabah terhadap layanan digital.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kualitas layanan digital yang baik belum sepenuhnya mampu meningkatkan kepuasan apabila tidak didukung oleh kemampuan nasabah dalam memanfaatkan teknologi digital. Sebaliknya, tingkat literasi digital yang tinggi juga tidak akan memberikan manfaat optimal apabila layanan digital yang tersedia belum memenuhi kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, kepuasan nasabah merupakan hasil dari interaksi antara kualitas layanan digital dan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan layanan tersebut.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan implementasi layanan digital dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor teknologi dan faktor pengguna (Abdillah, 2026). Layanan digital yang berkualitas akan memberikan nilai tambah apabila didukung oleh kemampuan pengguna dalam memanfaatkan teknologi secara efektif (Wakhidah et al., 2025). Berbeda dengan sebagian penelitian sebelumnya yang hanya menguji pengaruh *e-channel* atau literasi digital secara terpisah (Poornima & Sridharan, 2024; Rizal, 2023; Siddiqi et al., 2025), penelitian ini menganalisis kedua variabel secara simultan pada konteks Bank Jatim Cabang Kraksaan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital perbankan.

Temuan ini memberikan implikasi bahwa strategi transformasi digital Bank Jatim tidak cukup hanya berfokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga perlu disertai dengan peningkatan kompetensi digital nasabah melalui program edukasi dan pendampingan. Pendekatan yang mengintegrasikan pengembangan layanan digital dan peningkatan literasi digital diharapkan mampu meningkatkan kepuasan nasabah sekaligus memperkuat daya saing Bank Jatim dalam era digital.

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien (β)	T hitung	Sig.	Keputusan
H1: Pemanfaatan <i>e-channel</i> → Kepuasan Nasabah	$\beta = 0,722$	20,176	<0,001<0,05	Diterima
H2: Literasi Digital → Kepuasan Nasabah	$\beta = 0,077$	2,148	<0,032<0,05	Diterima
Uji Simulatan (F)	F: 225,316		<0,001<0,05	Diterima
Koefisiensu Determinasi	R ² : 0,55			

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji parsial menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan sebesar 55% variasi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-channel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang diterima, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, literasi digital juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga kemampuan nasabah dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penting dalam mengoptimalkan penggunaan layanan perbankan digital. Secara simultan, pemanfaatan *e-channel* dan literasi digital memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Kraksaan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital perbankan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan digital yang disediakan, tetapi juga oleh kemampuan nasabah dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara efektif. Oleh karena itu, integrasi antara pengembangan layanan digital dan peningkatan literasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. R., 2026. Kualitas Layanan Digital Banking dan Kepuasan Nasabah: Studi Literatur Pada Perbankan di Indonesia Wahyudin. *Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi*, 25(5), 1–9.
- Al Adly, F. S., Nurhayati, Pramono, I. P., 2025. Pengaruh Digitalisasi Bank dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Riset Akuntansi*, 167–174. <https://doi.org/10.29313/jra.v5i2.8286>
- Daga, Rosnaini. 2017. Citra, Kualitas Produk, dan

Kepuasan Pelanggan. *Global Research And Consulting Institute*.

- Faizun, D., Bakhri, S., Hasanudin, S., 2023. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Melalui Digitalisasi Mobile Banking Jconnect Pada BPD Jawa Timur. *Cashless : Journal Syaria Finance and Banking*, 01(02), 61–77.
- Gilster, P. 1997. *Digital literacy*. New York, NY: John Wiley & Sons
- International Telecommunication, U. (2025). *Measuring digital development: Facts and Figures 2025*. <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2025/>
- Kusuma, F. 2021. Implementasi Penggunaan Produk E Channel Syariah Kcp Metro.
- Lamonge, A. A. Y. L. R. M. A. S., 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktek*. Get Press Indonesia.
- Meisya, D. M. K., Eko Adi Susilo, Jalu Sora Wicitra. 2025. Pengaruh Pelayanan Publik Berbasis Aplikasi Jconnect Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jatim Syariah Kediri. *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 2(2), 150–162. <https://doi.org/10.35457/transgenera.v2i2.4867>
- Nurhidayati, M., Cahyani, N. K. 2021. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 146–157. <https://doi.org/10.21154/etihad.v1i2.3527>
- Poornima, S., Sridharan, R., 2024. Impact of Digital Literacy on Consumer Satisfaction with E-Banking Services in Chennai City. *Pakistan Journal of Life & Social Sciences*, 22(2). <https://doi.org/10.57239/PJLSS-2024-22.2.001614>
- Rizal, K. 2023. *Pengaruh kualitas layanan e-channel terhadap kepuasan nasabah Bank BTN*. https://repository.stialan.ac.id/65/1/016_SABSP_2023_-_Khairul_Rizal-BAB_I.pdf
- Setyowati, L., Agustina, F., Sukmawan, S., El-Sulukiyyah, A. A., Mabaroh, B., 2020. The Students' Problems and Solutions in Writing an Argumentative Essay on Gender Issue. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 5(3), 279. <https://doi.org/10.21462/jeltl.v5i3.424>
- Siddiqi, M. F., Masruo, U., Azizah, D. U., Syifaiah, Y.

2025. Pendampingan teknologi digital dengan pengembangan sistem pembayaran QRIS sebagai solusi praktis bagi pelaku UMKM Kota Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 1101–1108. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.610>
- Siudek, T., Zawojkska, A. 2024. A Theoretical Model of Customer Acceptance and Use of Electronic Banking as a Distribution Channel for Banking Products and Services. *European Research Studies Journal*, XXVII(Issue 4), 866–889. <https://doi.org/10.35808/ersj/3553>
- Sondakh, C. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 19–32. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/7525>
- Sophia, E., Taufik Bahtera, N., Findayanti, N., Nila Firnanda, N. 2025. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Mobile Banking: Studi Kasus pada Jconnect Bank Jatim. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 16(3), 278–291. <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i3.62794>
- Sutarsih, T., Maharani, K. 2022. *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. BPS-Statistics Indonesia.
- Wakhidah, R. R., Ashari, D. R. W., Adifan, M., 2025. Digital transformation in banking and its impact on customer experience: A literature review on satisfaction and loyalty. *Journal of Economics and Banking*, 2(1), 58–67. <https://doi.org/10.28926/espas.v2i1.1824>
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., Rusydiana, M., 2025. Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Williamson, O. E., 2015. Thw Economic: The Transaction Cost Approach. *The American Journal of Sociology*, 87(3), 547–577. <https://doi.org/10.1515/9781400873746-007>
- Yaqin, M. A., Khairi, M., Eka Pradani, R. F., 2025. Optimalisasi Digital Marketing dan E-Commerce Berbasis Notifikasi untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kampoenk Snack Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 6(4), 1153–1172. <https://doi.org/10.33650/guyub.v6i4.12576>
- Zulianto, Aris, Mufidah, E., Nuraini., R. 2024. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bmt Nu Ngasem Cabang Sroyo. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 51–56.