

Tingkat Kepuasan Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan *Mobile Banking* Perbankan Syariah yang Beroperasi di Provinsi Aceh

Mirdha Fahlevi SI^a, Yusnaldi^b

^{a,b} Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Corresponding author: mirdha.fahlevi@utu.ac.id

ABSTRACT

The ratification of the qanun for islamic financial institutions in Aceh Province has influenced the condition of banking services. The regulation only allows Sharia banking system to operate in Aceh. It limits the alternative of banking services to be chosen by the customers. This condition has generated significant impact for generation Z, who deal with various digital financial transactions and services such as mobile banking. This study aims to obtain actual information about the quality of mobile banking services perceived by Generation Z after the implementation of regulations for Islamic financial institutions in Aceh. Data was collected from 168 respondents from various cities in Aceh. Data was analyzed by importance performance analysis method. The result shows that there is one indicator of service quality in the first quadrant, four indicators in the second quadrant, four indicators in the third quadrants and one indicator in the fourth quadrant. This research provides relevant recommendations to improve mobile banking services quality in the future.

Keywords: service quality, mobile banking and importance performance analysis

ABSTRACT

Pengesahan qanun lembaga keuangan syariah di Provinsi Aceh telah berdampak terhadap kondisi layanan perbankan. Regulasi tersebut hanya mengizinkan perbankan syariah untuk beroperasi di Aceh. Kondisi tersebut menyebabkan pilihan masyarakat Aceh terhadap layanan perbankan menjadi terbatas. Pilihan terhadap layanan perbankan yang terbatas menjadi tantangan tersendiri bagi para Generasi Z. Mereka membutuhkan layanan mobile banking untuk berbagai kegiatan transaksi secara digital. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi yang aktual tentang kualitas layanan mobile banking yang dirasakan oleh Generasi Z pasca pemberlakuan regulasi lembaga keuangan syariah di Aceh. Pengumpulan data dilakukan melalui survey pada sebanyak 168 responden yang berdomisili di berbagai kabupaten/kota di Aceh. Pendekatan Importance Performance Analysis digunakan sebagai metode dalam penelitian ini. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat satu indikator kualitas layanan yang berada pada kuadran pertama, empat indikator masing-masing pada kuadran kedua dan ketiga dan satu indikator pada kuadran keempat. Hasil penelitian memberikan rekomendasi yang relevan bagi upaya peningkatan kualitas layanan mobile banking di masa mendatang.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, mobile banking dan Importance Performance Analysis

PENDAHULUAN

Perpindahan pelanggan/*customer switching* yang terjadi akibat perubahan regulasi yang berlaku merupakan fenomena baru yang terjadi pada dunia perbankan di tanah air, khususnya di Provinsi Aceh. Fenomena ini disebabkan oleh kebijakan Pemerintah Provinsi Aceh telah mengesahkan qanun lembaga keuangan Syariah pada awal tahun 2019 lalu. Qanun ini mengatur bahwa paling telat tiga tahun sejak disahkannya regulasi tersebut, semua lembaga keuangan yang beroperasi di Aceh merupakan lembaga keuangan yang menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya (Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018).

Sejak regulasi ini berlaku secara efektif pada bulan Januari 2022, tidak ada lagi perbankan konvensional yang beroperasi di Aceh. Akibatnya, jumlah perbankan yang dapat menjalankan kegiatan operasional di Aceh menjadi sangat terbatas. Mulai tahun 2021 lalu, berbagai perbankan konvensional menghentikan kegiatan operasionalnya di Provinsi Aceh. Para masyarakat yang telah menjadi nasabah pada berbagai perbankan tersebut terpaksa pindah ke perbankan syariah yang dapat beroperasi di Aceh sesuai dengan ketentuan peraturan daerah tersebut.

Para nasabah yang telah loyal dengan berbagai perbankan konvensional sedikit merasa kurang nyaman ketika mereka harus berpindah ke layanan perbankan Syariah. Akibatnya, gelombang protes atas pemberlakuan regulasi ini menjadi perbincangan publik di kalangan masyarakat yang kurang setuju terhadap kebijakan tersebut. Fenomena lainnya adalah munculnya berbagai keluhan masyarakat terhadap kualitas layanan bank syariah yang masih belum memadai.

Kualitas layanan perbankan syariah yang masih rendah disebabkan karena minim inovasi yang ditawarkan kepada para nasabah. Jika dibandingkan dengan perbankan konvensional, inovasi pada perbankan syariah masih berada di bawah rata-rata perbankan konvensional. Perbankan syariah masih sangat minim mengadopsi teknologi baru dalam memberi pelayanan prima kepada para nasabahnya (Yudi Azis, 2019). Kondisi ini mengakibatkan perbankan konvensional lebih unggul dibandingkan dengan perbankan syariah dalam aspek kapasitas teknologi dan kualitas layanan *mobile banking*. Faktor inilah yang menyebabkan preferensi masyarakat lebih cenderung memilih layanan perbankan konvensional dibandingkan dengan layanan perbankan syariah.

Terbatasnya jumlah perbankan yang beroperasi di Aceh menjadi tantangan tersendiri bagi para Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi *digital native*. Kalangan generasi ini merupakan golongan masyarakat yang sangat cepat dalam mengadopsi penggunaan berbagai aplikasi digital untuk berbagai aktivitas mereka (Payne et al., 2018). Bagi mereka, kehadiran *mobile banking* yang memadai merupakan kebutuhan yang sangat penting dan mendasar dalam melakukan berbagai transaksi secara *online*.

Perbankan syariah yang beroperasi di Aceh sangat penting untuk menghadirkan layanan *mobile banking* yang berkualitas. Kondisi ini disebabkan karena ekspektasi Generasi Z terhadap layanan *mobile banking* relatif berbeda dengan ekspektasi dari berbagai generasi sebelumnya. Generasi ini cenderung menggunakan *mobile banking* untuk berbagai aktivitas transaksi yang mereka lakukan. Adapun Generasi X menginginkan aplikasi *mobile banking* yang *user-friendly*. Adapun generasi Y lebih cenderung menggunakan layanan *mobile banking* untuk melacak transaksi secara *online* (Shams et al., 2020).

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi aktual tentang kualitas layanan *mobile banking* yang dirasakan oleh Generasi Z di Provinsi Aceh pasca pemberlakuan qanun lembaga keuangan syariah. Hasil penelitian diproyeksi dapat memberi rekomendasi bagi upaya peningkatan kualitas layanan perbankan syariah yang beroperasi di Aceh. Pengembangan dan perbaikan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggan merupakan bagian penting dari upaya retensi nasabah serta menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah. Harapannya, berbagai perbankan syariah yang beroperasi di Aceh dapat meningkatkan kualitas layanannya sesuai dengan kebutuhan

masyarakat, terutama kalangan Generasi Z yang merupakan pangsa pasar yang sangat potensial dan terus mengalami peningkatan jumlahnya dalam beberapa tahun mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Layanan perbankan syariah yang berkualitas merupakan kebutuhan mendasar bagi masyarakat muslim pada saat ini. Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang mengikuti prinsip dan pedoman syariah dalam berbagai kegiatan operasionalnya (Riza, 2019). Bagi masyarakat Aceh yang hanya tersedia layanan perbankan syariah di daerahnya, maka layanan perbankan syariah yang berkualitas merupakan sebuah keharusan.

Li et al (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang tinggi. Kualitas layanan dapat digambarkan sebagai perbandingan antara harapan dan realita yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas juga dapat ditandai dengan kesenjangan yang kecil antara ekspektasi kualitas layanan dan realita kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen.

Saat ini, kepuasan konsumen telah menjadi perhatian berbagai organisasi bisnis, termasuk institusi perbankan (Anouze et al., 2019). Berbagai perbankan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabah. Kualitas pelayanan yang baik pada akhirnya akan berdampak terhadap kepuasan nasabah yang dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah untuk menggunakan layanan perbankan secara berkelanjutan di masa mendatang.

Berbagai penelitian sebelumnya mengkonfirmasi bahwa berbagai faktor menjadi determinan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan. Penelitian Raza et al (2020) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan sangat menentukan kepuasan nasabah serta berdampak pada loyalitas mereka terhadap perbankan. Hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang memadai sangat penting bagi para nasabah. Kualitas layanan yang baik akan menumbuhkan kesan positif dari masyarakat serta mendorong mereka untuk menggunakan berbagai layanan yang disediakan oleh perbankan tersebut.

Kualitas pelayanan secara digital (*e-service*) juga telah menjadi perhatian tersendiri dari berbagai para peneliti. Hasil penelitian Sasono et al (2021) menyebutkan bahwa kualitas layanan digital berdampak signifikan terhadap kepuasan layanan secara digital (*e-satisfaction*). Selain itu, variabel *e-satisfaction* memediasi pengaruh *e-service* terhadap loyalitas pengguna layanan untuk tetap menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Penelitian lainnya tentang layanan perbankan syariah di era digital menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi aspek *confidence*, *compliance*, *digitalization* dan *human skills* berdampak terhadap kepuasan para nasabah (Kristina & Harris, 2020).

Penelitian secara khusus terhadap layanan perbankan bagi Generasi Z juga telah menjadi topik kajian para ahli. Sebuah penelitian di Prancis dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan Generasi Z terhadap layanan bank digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang memadai, portofolio produk perbankan, transparansi perbankan, personalisasi layanan yang ditawarkan, keamanan dan

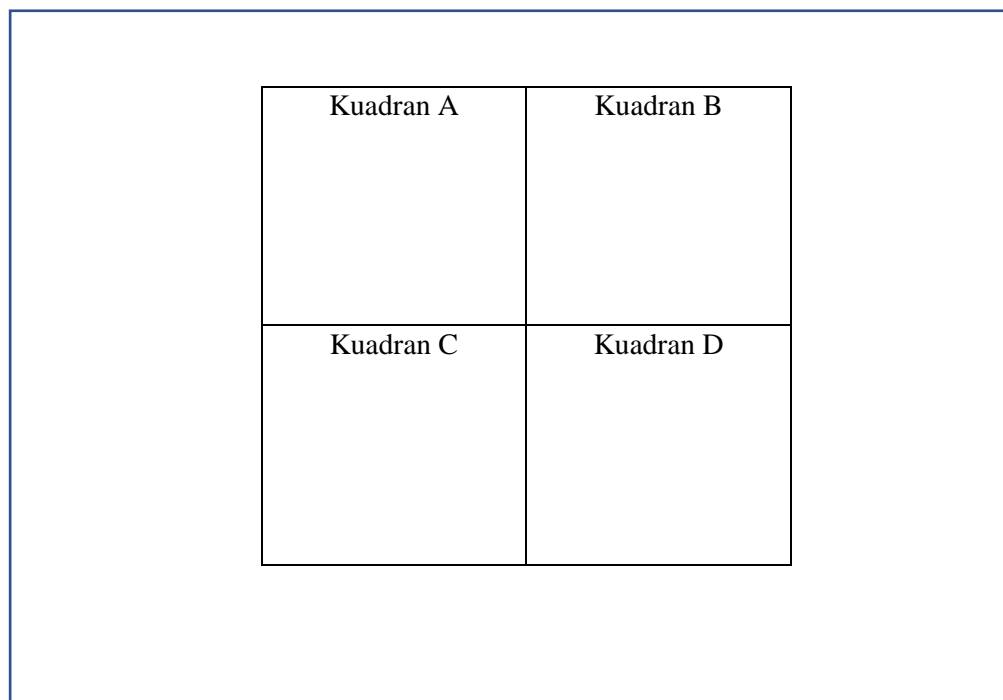
privasi transaksi secara digital berhubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini merekomendasikan kepada bank digital untuk fokus meningkatkan berbagai faktor yang terbukti berpengaruh terhadap kepuasan Generasi Z untuk mewujudkan *customer experience* yang berkualitas bagi Generasi Z dalam menggunakan layanan bank digital (Kaabachi et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Provinsi Aceh. Teknik *sampling* dilakukan dengan menggunakan pendekatan *judgment sampling*. Pertimbangan memilih teknik *judgement sampling* dalam penelitian ini dilakukan karena adanya kriteria tertentu untuk menjadi sampel (Sekaran & Bougie, 2017)(Cooper & Schindler, 2006). Kriteria yang dapat menjadi sampel adalah Generasi Z yang menggunakan minimal salah satu dari *mobile banking* perbankan syariah yang beroperasi di Aceh. Mereka mempunyai informasi yang relevan dalam memberi jawaban pada kuesioner penelitian ini.

Pertanyaan dalam kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala *likert* dengan rentang jawaban antara 1 sampai dengan 7. Pengumpulan data dilakukan pada bulan September 2022. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *importance performance analysis*. Algifari (2019) menjelaskan bahwa metode *importance performance analysis* mengelompokkan atribut kualitas pelayanan *mobile banking* menjadi empat kuadran yang terdiri dari kuadran pertama A/pertama (prioritas utama), kuadran B/kedua (Pertahankan Prestasi), kuadran C/ketiga (prioritas rendah) dan kuadran D/keempat (berlebihan). Bentuk kuadran tersebut disajikan dalam gambar berikut ini.



Gambar 1 : Kuadran *Importance Performance Analysis*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 168 orang Generasi Z yang berdomisili pada berbagai kabupaten/kota di Provinsi Aceh. Rentang usia para responden adalah 16 sampai dengan 25 tahun. Para responden merupakan generasi Z dengan yang lahir antara tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Para responden ini merupakan generasi muda yang aktif menggunakan *mobile banking*. Mereka menggunakan *mobile banking* yang disediakan oleh bank syariah yang beroperasi di Aceh pasca pemberlakuan qanun lembaga keuangan syariah.

Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Harapan Masyarakat

Kesenjangan merupakan selisih nilai antara kualitas pelayanan aktual yang dirasakan oleh nasabah (*performance*) dengan nilai harapan yang diinginkan oleh para nasabah (*importance*). Berdasarkan analisis kesenjangan, terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan *mobile banking* yang belum sesuai dengan kondisi yang diinginkan oleh para nasabah. Adapun indikator kualitas layanan tersebut antara lain indikator nomor urut 1, nomor urut 3, nomor urut 5, nomor urut 7, nomor urut 8 dan nomor urut 10. Adapun indikator lainnya, kualitas pelayanannya telah melampaui harapan masyarakat.

Secara lebih rinci, analisis kesenjangan dengan kualitas pelayanan dan harapan masyarakat disajikan dalam tabel berikut ini

Tabel 1
Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Harapan Masyarakat

No	Indikator Kualitas Layanan	Importance	Performance	Gap
1	<i>Mobile banking</i> memiliki tampilan yang mudah dipahami	6.12	6.04	-0.08
2	<i>Mobile banking</i> memiliki prosedur layanan yang mudah.	6.08	6.12	0.04
3	<i>Mobile banking</i> memiliki bukti transaksi yang mudah didapatkan	6.22	6.17	-0.05
4	<i>Mobile banking</i> memiliki layanan mutasi yang mutakhir.	5.89	6.05	0.16
5	<i>Mobile banking</i> memberikan notifikasi status transaksi dengan cepat.	6.10	6.01	-0.09
6	<i>Mobile banking</i> memiliki layanan pengaktifan ulang aplikasi dengan cepat.	5.95	6.04	0.09
7	<i>Mobile banking</i> memiliki layanan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antar bank dengan mudah.	6.08	6.07	-0.01
8	<i>Mobile banking</i> memiliki fitur pembayaran dan pembelian yang lengkap (kartu kredit, Listrik, BPJS, Pajak, Top Up, Voucher Telepon, Beli paket data, dll).	6.21	6.18	-0.03
9	<i>Mobile banking</i> dapat diakses dengan baik setiap hari selama 24 jam	6.17	6.18	0.01
10	<i>Mobile banking</i> memiliki jaminan data transaksi selalu aman.	6.27	6.23	-0.04
Jumlah		61.09	61.09	

Sumber : Hasil Analisis Data (2022)

Indeks Kepuasan Nasabah

Algifari (2019) mengemukakan bahwa perbandingan tingkat kualitas layanan yang diharapkan oleh nasabah selaku pengguna layanan *mobile banking* dengan kualitas pelayanan yang dapat penuhi oleh perbankan selaku penyedia jasa layanan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

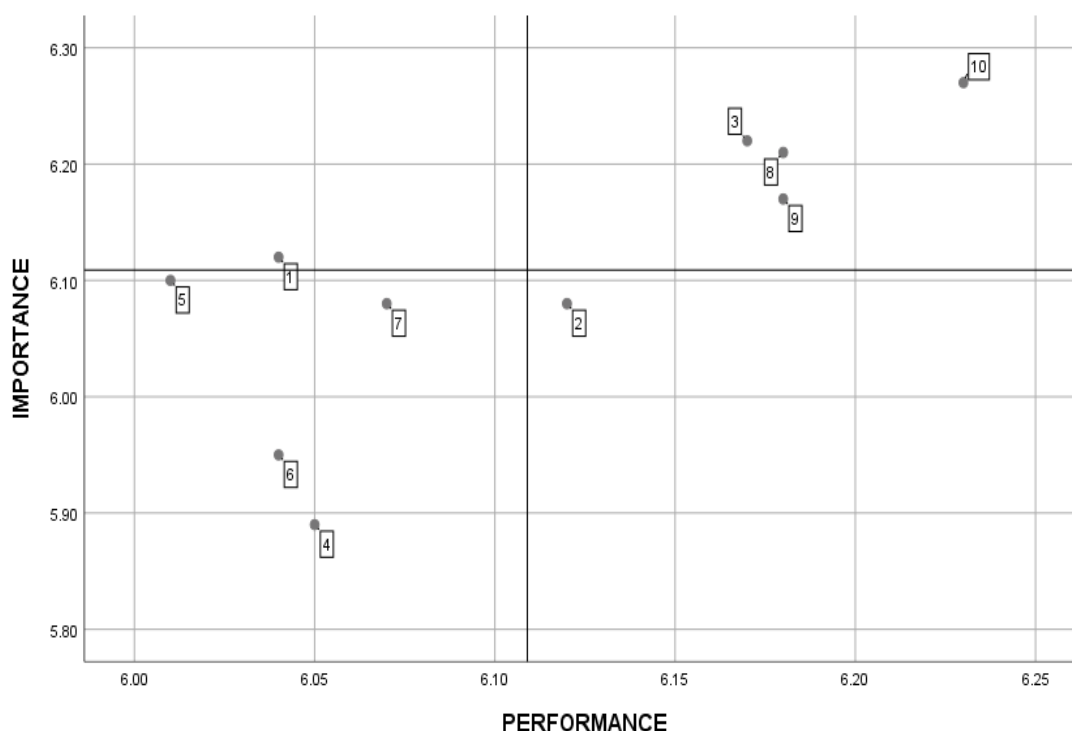
$$Indeks Kepuasan = \frac{\sum Importance \times Performance}{\sum Importance \times Nilai Maksimum Kualitas layanan} \times 100 \%$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka indeks kepuasan generasi z terhadap layanan mobile banking adalah sebesar 87,29 persen yang diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut :

$$Indeks Kepuasan = \frac{373,26}{61,09 \times 7} \times 100 \% = 87,29 \%$$

Importance Performance Analysis

Hasil analisis data dengan menggunakan *importance performance analysis* disajikan dalam kuadran berikut ini.



Gambar 2 : Kuadran Hasil Analisis Data *Importance Performance Analysis*

Berdasarkan kuadran hasil *importance performance analysis*, ringkasan indikator yang berada pada masing-masing kuadran disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2
Sebaran Indikator Kualitas layanan dalam Masing-Masing Kuadran

Kuadran	Nomor Urut Indikator
Kuadran A/Pertama	1
Kuadran B/Kedua	3,8,9 dan 10
Kuadran C/Ketiga	4, 5,6 dan 7
Kuadran D/Keempat	2

Sumber : Hasil Analisis Data (2022)

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data dengan pendekatan *importance performance analysis*, memberi gambaran kepada perbankan syariah yang beroperasi di Aceh untuk memperbaiki kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan para pengguna layanan, khususnya para nasabah dari kalangan Generasi Z. Upaya memperbaiki kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan para nasabah merupakan langkah kongkrit bagi perbankan syariah yang beroperasi di Aceh untuk meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik di masa mendatang.

Indikator kualitas pelayanan yang berada pada kuadran pertama merupakan indikator yang harus mendapatkan prioritas untuk segera diperbaiki. Indikator yang berada pada kuadran pertama adalah *mobile banking* memiliki tampilan yang mudah dipahami. Perbankan yang beroperasi di Aceh perlu segera memperbaharui tampilan *mobile banking* nya menjadi lebih *user friendly*. Tampilan *mobile banking* yang lebih ramah terhadap para pengguna akan lebih memudahkan para pengguna dalam mengoperasikan *mobile banking* nya untuk berbagai keperluan transaksi maupun berbagai keperluan bisnis lainnya.

Indikator yang berada pada kuadran kedua merupakan kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan oleh perbankan. Indikator yang berada pada kuadran ini menggambarkan bahwa indikator tersebut merupakan indikator pelayanan yang selama ini telah menjadi telah memberi pelayanan yang baik kepada para nasabah. Oleh sebab itu, perbankan perlu mempertahankan kualitas pelayanan pada berbagai indikator pada kuadran yang kedua agar tetap relevan dengan perkembangan zaman di masa mendatang.

Indikator yang berada pada kuadran kedua antara lain, *mobile banking* memiliki bukti transaksi yang mudah didapatkan, *mobile banking* memiliki fitur pembayaran dan pembelian yang lengkap (kartu kredit, listrik, BPJS, pajak, *top up*, *voucher* telepon, beli paket data, dll), *mobile banking* dapat diakses dengan baik setiap hari selama 24 jam serta *mobile banking* memiliki jaminan data transaksi selalu aman.

Indikator kualitas layanan yang berada pada kuadran yang ketiga merupakan indikator yang membutuhkan upaya perbaikan kualitas layanannya menjadi lebih baik. Namun skala prioritas perbaikan pada indikator kualitas layanan yang berada pada kuadran ini tidak sama dengan skala prioritas indikator layanan yang berada pada kuadran pertama. Dengan kata lain, indikator yang berada pada kuadran ini tidak terlalu mendesak untuk segera diperbaiki. Namun, indikator pada kuadran ini juga membutuhkan upaya peningkatan kualitasnya dalam rangka memberi pelayanan maksimal kepada para pengguna layanan.

Indikator yang berada pada kuadran ketiga antara lain *mobile banking* memiliki layanan mutasi yang mutakhir, *mobile banking* memberikan notifikasi status transaksi dengan cepat, *mobile banking* memiliki layanan pengaktifan ulang aplikasi dengan cepat dan *mobile banking* memiliki layanan melakukan verifikasi identitas pemilik rekening antar bank dengan mudah. Keempat indikator tersebut perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya menjadi lebih

baik secara berkala dalam rangka memberi kenyamanan yang maksimal bagi para pengguna layanan.

Indikator yang berada pada kuadran keempat menggambarkan indikator yang kualitas pelayanannya melebihi ekspektasi para pengguna layanan. Indikator yang berada pada kuadran ini adalah *mobile banking* memiliki prosedur layanan yang mudah. Indikator ini perlu dipertahankan oleh perusahaan dalam rangka mempertahankan kualitas pelayanan serta meningkatkan loyalitas nasabah di masa mendatang.

Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Berikutnya.

Penelitian ini hanya melakukan kajian secara global tentang kondisi layanan *mobile banking* yang disediakan oleh berbagai perbankan syariah yang beroperasi di Provinsi Aceh. Pengambilan sampel dari para responden dilakukan tanpa mempertimbangkan seberapa lama mereka telah menjadi pengguna layanan *mobile banking* perbankan syariah yang telah mereka gunakan selama ini. Asumsi yang mendasari adalah semakin lama durasi mereka menggunakan *mobile banking* tersebut tentu saja semakin banyak pengalaman yang mereka dapatkan sebagai nasabah. Begitu juga dengan sebaliknya, durasi yang masih minim menggambarkan bahwa mereka belum terlalu banyak pengalaman untuk memberi penilaian tentang kualitas layanan dari *mobile banking* yang mereka gunakan.

Penelitian selanjutnya, disarankan untuk dapat melakukan kajian secara spesifik dan fokus pada satu entitas perbankan saja. Kajian secara fokus pada institusi perbankan akan memberi gambaran yang lebih komprehensif tentang kualitas pelayanan pada perbankan tersebut sehingga hasil penelitian dapat digunakan sebagai upaya memperbaiki kualitas pelayanan. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk mempertimbang aspek durasi seberapa lama nasabah telah menggunakan *mobile banking* yang disediakan oleh perbankan. Pertimbangan aspek ini akan memberi informasi yang lebih mendalam terhadap kondisi layanan *mobile banking* berdasarkan pengalaman yang diperoleh oleh para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2019). *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Model Kano* (Edisi Revi). BPFE-YOGYAKARTA.
- Anouze, A. L. M., Alamro, A. S., & Awwad, A. S. (2019). Customer satisfaction and its measurement in Islamic banking sector: a revisit and update. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 565–588. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0080>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. PT Media Global Edukasi.
- Kaabachi, S., Ben, S., & Tais, M. (2022). Reshaping the bank experience for GEN Z in France. *Journal of Marketing Analytics*, 10(3), 219–231. <https://doi.org/10.1057/s41270-022-00173-8>
- Kristina, N., & Harris, I. (2020). The Technology Acceptance Model of Mobile Payment Usage on Generation Z. *Binus Business Review*, 11(November), 149–156. <https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6394>
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64(July 2020), 101487. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>
- Payne, E. M., Peltier, J. W., Barger, V. A., Payne, E. M., Peltier, J. W., & Barger, V. A.

- (2018). Mobile banking and AI-enabled mobile banking The differential effects of technological and perceptions and behavior. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JRIM-07-2018-0087>
- Pemerintah Aceh. (2018). *Qanun Aceh Nomor 11 Tahun 2018*. Lembaran Daerah Aceh.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). *Internet banking service quality , The e-customer satisfaction and loyalty : the modified e-SERVQUAL model*. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>
- Riza, A. F. (2019). *Customer acceptance of digital banking in Islamic bank : Study on millennial generation*. 66–74.
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., Jainuri, J., & Waruwu, H. (2021). *The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty : Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia*. 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Binis Pendekatan Pengembangan Keahlian, Buku 2* (Keenam). Salemba Empat.
- Shams, G., Abdur, M., Sarminah, R., Eeva, S., & Oikarinen, L. (2020). Exploring customer ' s mobile banking experiences and expectations among generations X , Y and Z. *Journal of Financial Services Marketing, 2017*. <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00071-z>
- Yudi Azis, I. K. (2019). Innovation in Islamic banking towards conventional banking : a study on customer in Bandung. *Int. J. Business Innovation and Research, 20*(4).