

Pengaruh Kualitas Layanan *Electronic banking* dan Kualitas Produk Tabungan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Papua

Muhammad Ardiansyah¹, Muhammad Ali², Mitta Muthia Wangsi^{3*}

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Sorong

*email: mithamuthiia@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the effect of digital banking service quality and product quality on the decision to become a customer at Bank Papua, Sorong City. This research uses a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study consists of all active customers of Bank Papua Main Branch in Sorong City, totaling 34.463 people. The sampling technique used the Slovin formula with resulting in a sample of 395 respondents. Data collection techniques were carried out through questionnaires. Data analysis used multiple linear regression analysis by using SPSS20 application. The research results show that the quality of digital banking services and product quality have a positive and significant impact both partially and simultaneously on the decision to become a customer at Bank Papua, Sorong City.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kualitas Layanan; Perbankan Elektronik; Produk Tabungan; Keputusan Menjadi Nasabah; Bank Papua

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan *electronic banking* dan kualitas produk tabungan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Papua Kota Sorong. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif Bank Papua Cabang Utama Kota Sorong sebanyak 34.463 orang. Teknik penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan hasil sampel sebanyak 395 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *electronic banking* dan kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menjadi nasabah.

PENDAHULUAN

Industri perbankan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan layanan keuangan yang mendukung aktivitas individu, bisnis, dan pemerintah. Seiring dengan perkembangan teknologi serta perubahan

preferensi nasabah, sektor perbankan mengalami transformasi yang pesat, terutama dalam hal digitalisasi layanan dan inovasi produk Mutiasari (2020).

Persaingan yang semakin ketat, baik antar bank nasional maupun bank daerah, menuntut lembaga keuangan untuk terus meningkatkan kualitas layanan serta menawarkan produk yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan nasabah modern. Layanan yang cepat, mudah diakses, serta berbasis digital kini menjadi standar utama dalam industri ini Risalah (2024). Di tengah persaingan perbankan yang semakin kompetitif, bank daerah memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagai lembaga keuangan yang berbasis komunitas, bank daerah bertugas tidak hanya untuk memberikan layanan keuangan tetapi juga untuk meningkatkan literasi keuangan dan mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Pratama, 2024). Bank daerah harus mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan masyarakat dan meningkatkan daya saingnya agar tidak tertinggal dari bank nasional yang menawarkan layanan berbasis teknologi lebih maju. Dalam konteks ini, peningkatan kualitas layanan dan kualitas produk menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah (OJK, 2024).

Kota Sorong yang merupakan ibu kota dari Provinsi Papua Barat Daya juga merupakan pusat ekonomi yang berperan sebagai pintu gerbang utama aktivitas bisnis dan keuangan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP Papua Barat Daya, 2023). Keberadaan layanan perbankan yang andal dan inovatif menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, terutama dalam memberikan akses keuangan yang inklusif bagi masyarakat dan pelaku usaha. Dengan meningkatnya kebutuhan layanan keuangan di wilayah ini, Bank Pembangunan Daerah Papua (Bank Papua) memiliki peluang dan tantangan dalam memperluas pangsa pasar serta mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan yang semakin kompleks (Suhendra dan Ronaldo, 2017).

Tabel 1. Data Rekapitulasi Tabungan per November 2024

No	Keterangan	Jumlah Nasabah
1	Tabungan Simanja	13.258
2	Tabungan Simpeda	13.645
3	Tabunganku	5.886
4	Tabungan Simpanan pelajar	1.674
Total		34.463

Sumber Data: PT Bank Papua KCU Sorong (2025)

Jumlah nasabah Bank Papua Kota Sorong pada table 1. cukup besar hal ini menunjukkan bahwa bank Papua Kota Sorong mendapat dukungan penuh dari kebijakan pemerintah daerah untuk bekerja sama dalam pengelolaan dan penyaluran dana gaji sebagian besar Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan sistem *payroll*. Selain itu sebagian besar aktivitas pembangunan daerah baik untuk kepentingan individu ataupun kelompok

melalui kebijakan ini agar terhubung dengan dan melalui Bank Papua Kota Sorong. Dukungan dari pemerintah daerah ini diniatkan agar Bank Papua Kota Sorong bisa lebih maju dibandingkan dengan bank nasional lainnya (Brm, 2022).

Penelitian ini berkaitan dengan teori *Model Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dimana digunakan untuk memahami bagaimana kualitas layanan dan kualitas produk perbankan berfungsi sebagai *stimulus*, yang kemudian diproses secara internal oleh nasabah dalam bentuk persepsi dan kepuasan (*organism*), hingga akhirnya berdampak pada keputusan untuk menggunakan layanan perbankan (*response*) (Jacoby, 2002). Tiga indikator utama teori ini adalah Rangsangan, Organisme dan Respon (Abidin, 2021). Adapun kualitas layanan merupakan kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap layanan, yang berakar pada pemenuhan standar dan pengendalian tingkat keunggulan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan.

Layanan *E-Banking* merupakan bentuk digitalisasi perbankan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan akses layanan perbankan kepada nasabah secara aman, cepat, dan efisien, sejalan dengan perkembangan teknologi informasi. indikator layanan jasa berbasis *electronic banking* dalam Dwinurpitasari (2019) adalah efisiensi, pemenuhan janji, kesediaan sistem beroperasi, privasi, dan jaminan/kepercayaan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia (1998) tentang perbankan, produk tabungan dalam bentuk simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dalam penelitian Irona dan Triyani (2022) menjelaskan Indikator produk tabungan antara lain: kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, dan keandalan.

Konsumen dalam menentukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk tabungan digambarkan sebagai proses pemilihan alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia, dengan mempertimbangkan logika, kepentingan tertentu, dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian Tampenawas (2023) menyatakan bahwa indikator- indikator keputusan menabung dari nasabah antara lain pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca menabung.

Menurut Penelitian Putri, dkk (2022) dan Purba, dkk (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan temuan Winanti, dkk (2021) menemukan bahwa kualitas produk tidak selalu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk harus disesuaikan dengan kebutuhan spesifik nasabah agar dapat memberikan dampak yang optimal.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas layanan dan produk memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan serta keputusan nasabah

(Geraldine dan Anisa, 2022; Hidayat, 2020; Indah, 2016; Ilhamalimy dan Mahaputra, 2021). Namun, penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada bank nasional dan bank syariah, sedangkan kajian tentang bank daerah, khususnya Bank Papua, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara spesifik bagaimana kualitas layanan dan produk memengaruhi keputusan nasabah Bank Papua di Kota Sorong.

Meskipun Bank Papua Kota Sorong memiliki nasabah yang cukup besar namun Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa Bank Papua masih menghadapi sejumlah tantangan, terutama terkait kualitas layanan dan produk tabungan. Beberapa keluhan yang muncul mencakup keterbatasan jumlah ATM, waktu layanan yang cukup lama, serta akses layanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* yang dinilai belum optimal. Selain itu, dari sisi produk, fitur tabungan yang ditawarkan dianggap kurang fleksibel. Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital banking* dan kualitas produk terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Papua Kota Sorong.

METODE

a. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif. Lingkup penelitian ini membahas tentang layanan digital bank yang diberikan kepada nasabah seperti tersedianya layanan *mobile banking*, *internet banking*, penyediaan mesin ATM dan mesin CRM. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang dinilai dengan menggunakan skala likert. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS20

b. Sumber data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang merupakan sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan melakukan pengukuran, perhitungan sendiri dalam bentuk kuesioner. adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, artikel ilmiah, dan jurnal ilmiah.

c. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan nasabah Bank Papua kota sorong sampai dengan per November 2024 yaitu 34.463. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin dengan tingkat *margin of error* sebesar 5% sehingga didapatkan hasil 395 responden.

Teknik Sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Kriteria responden penelitian ini yaitu:

1. Merupakan nasabah aktif Bank Papua minimal selama enam bulan.

2. Menggunakan layanan *e-banking* Bank Papua, seperti *mobile banking*, *internet banking*, mesin ATM dan mesin CRM.
3. Memiliki produk tabungan Bank Papua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Responden

Tabel 2. Profil Responden

Kriteria Responden	Keterangan	Jumlah	Persentase
Gender	Laki-laki	182	46%
	Perempuan	213	54%
Usia	10-20 tahun	17	4%
	21-30 tahun	149	38%
	31-40 tahun	134	34%
	> 40 tahun	95	24%
Lama menjadi nasabah	6 bulan – <1 tahun	78	20%
	1 – 3 tahun	120	30%
	>3 tahun	197	50%
Pekerjaan	Mahasiswa	57	14%
	Ibu Rumah Tangga	32	8%
	Karyawan Swasta	93	24%
	ASN	151	38%
	Wirausaha	62	16%
Tipe produk simpanan	Simpanan aman & Sejahtera (SIMANJA)	207	52%
	Simpanan Pembangunan daerah (SIMPEDA)	76	19%
	TabunganKu	79	20%
	Simpanan pelajar (SIMPEL)	33	9%
Layanan digital yang sering digunakan	Internet Banking	6	2%
	Mobile Banking	95	24%
	ATM & CRM	58	15%
	Internet Banking, ATM & CRM	6	2%
	Mobile Banking, ATM & CRM	191	48%
	Internet Banking, Mobile Banking, ATM & CRM	39	10%

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa responden penelitian ini Sebagian besar adalah Perempuan sebesar 54%. Usia nasabah yang menjadi responden merupakan usia produktif bekerja dan telah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun. Pekerjaan yang dimiliki responden dalam penelitian ini adalah Aparatur sipil negara sebesar 38% yang menunjukkan bahwa mereka terikat dengan kebijakan pemerintah daerah perihal menjadi nasabah Bank tersebut. Adapun produk Tabungan yang dimiliki responden terbanyak adalah SIMANJA yang mana jenis Tabungan ini dirancang sesuai kebutuhan nasabah dan memiliki pilihan dalam berinvestasi. Layanan digital yang paling sering digunakan adalah *mobile banking* sebanyak 24% secara Tunggal dan secara kombinasi adalah *mobile*

banking dan ATM & CRM sebanyak 48%. Dengan demikian terlihat bahwa tren penggunaan layanan perbankan lebih condong ke arah digital, dengan dominasi pada layanan *Mobile Banking* baik secara tunggal maupun dalam kombinasi.

b. Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,565	0,099	VALID
X1.2	0,531	0,099	VALID
X1.3	0,555	0,099	VALID
X1.4	0,567	0,099	VALID
X1.5	0,564	0,099	VALID
X1.6	0,454	0,099	VALID
X1.7	0,472	0,099	VALID
X1.8	0,517	0,099	VALID
X1.9	0,564	0,099	VALID
X1.10	0,530	0,099	VALID
X1.11	0,500	0,099	VALID
X1.12	0,569	0,099	VALID
X2.1	0,559	0,099	VALID
X2.2	0,502	0,099	VALID
X2.3	0,443	0,099	VALID
X2.4	0,488	0,099	VALID
X2.5	0,551	0,099	VALID
X2.6	0,537	0,099	VALID
X2.7	0,514	0,099	VALID
X2.8	0,516	0,099	VALID
X2.9	0,575	0,099	VALID
X2.10	0,575	0,099	VALID
Y1.1	0,546	0,099	VALID
Y1.2	0,546	0,099	VALID
Y1.3	0,602	0,099	VALID
Y1.4	0,547	0,099	VALID
Y1.5	0,508	0,099	VALID
Y1.6	0,513	0,099	VALID
Y1.7	0,526	0,099	VALID
Y1.8	0,514	0,099	VALID
Y1.9	0,561	0,099	VALID
Y1.10	0,550	0,099	VALID

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS20 (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 3., seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) dinyatakan valid, karena masing-masing nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,099. Dengan demikian, seluruh butir instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam tahapan analisis selanjutnya.

c. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Relibialitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan E-Banking (X1)	0,809	RELIABEL
Kualitas Produk Tabungan (X2)	0,774	RELIABEL
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,788	RELIABEL

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS20 (2025)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan keterangan bahwa variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

d. Hasil Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		395
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	4,538476
Most Extreme Differences	Absolute	0,065
	Positive	0,033
	Negative	-0,065
Kolmogorov-Smirnov Z		1,284
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,074

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah SPSS20 (2025)

Berdasarkan tabel 5. diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,074 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,403	0,984		3,459	0,001
	Kualitas Layanan E-Banking	0,410	0,039	0,480	10,625	0,000
	Kualitas Produk Tabungan	0,409	0,046	0,401	8,883	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah SPSS20 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda pada tabel 6, persamaan regresi tersebut mencerminkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 3,403 menunjukkan bahwa apabila variabel Kualitas layanan (X1) dan Kualitas produk (X2) dianggap konstan, maka keputusan menjadi nasabah akan bernilai positif 3,403.
2. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan *E-Banking* (X1) memiliki koefisien sebesar 0,410. Artinya, jika kualitas layanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah untuk menjadi nasabah aktif akan meningkat sebesar 0,410 satuan, dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap. Koefisien ini bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang searah antara kualitas layanan dan keputusan nasabah.
3. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk Tabungan (X2) memiliki koefisien sebesar 0,409. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menjadi nasabah aktif sebesar 0,409 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang searah antara kualitas produk dengan keputusan nasabah.

f. Uji t

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas layanan memiliki t hitung > t tabel yaitu $10,625 > 1,97$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas layanan (X1) terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y).
2. Variabel Kualitas produk memiliki t hitung > t tabel yaitu $8,883 > 1,97$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial H_2 diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas produk (X2) terhadap Keputusan menjadi nasabah (Y).

g. Uji F (*Goodness of fit model*)

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18457,831	2	9228,916	445,780	0,000 ^b
Residual	8115,521	392	20,703		
Total	26573,352	394			

a. Dependent Variable: Keputusan Menjadi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan E-Banking, Kualitas Produk Tabungan

Sumber: Data primer yang diolah SPSS20 (2025)

Pada tabel 7 nilai F hitung sebesar 445,780 lebih besar dari F tabel ($23,850 > 3,35$) dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan *e-banking* dan Kualitas produk tabungan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan menjadi nasabah.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Papua. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Papua, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengambil keputusan menjadi nasabah. Pengaruh positif ini menunjukkan adanya hubungan searah antara kedua variabel, ketika kualitas layanan meningkat, keputusan untuk menggunakan jasa bank pun ikut meningkat. Keputusan seseorang untuk menjadi nasabah bank sangat dipengaruhi oleh persepsi awal mereka terhadap mutu pelayanan yang diterima. Dalam konteks perbankan, layanan merupakan salah satu bentuk produk utama karena tidak berwujud dan seringkali sulit dievaluasi sebelum konsumsi. Oleh karena itu, aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, kemudahan proses, keandalan informasi, serta keamanan transaksi akan membentuk citra positif yang memengaruhi persepsi nilai, kepuasan awal, dan kepercayaan calon nasabah. Dengan meningkatnya rasa puas dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan, maka niat untuk bergabung sebagai nasabah pun menguat dan termanifestasi dalam tindakan nyata berupa pembukaan rekening atau penggunaan layanan bank lainnya. kualitas layanan bertindak sebagai stimulan (*stimulus*) yang memengaruhi proses internal konsumen (*organism*) seperti kepuasan dan kepercayaan, yang kemudian menghasilkan keputusan menjadi nasabah (*response*), sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R). Kualitas layanan yang baik membentuk sikap positif dan persepsi kemudahan, sehingga memperkuat niat seseorang untuk menjadi nasabah. Oleh karena itu, temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan sebagai strategi utama dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi bagian dari nasabah Bank Papua.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Papua, hal ini menunjukkan H2 diterima. Artinya semakin tinggi penilaian calon nasabah terhadap mutu produk perbankan, misalnya kegunaan dan relevansi fitur tabungan/kredit, kemudahan syarat & prosedur, transparansi biaya, fleksibilitas, serta dukungan kanal digital, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk membuka rekening atau menggunakan layanan Bank Papua. Secara logis, kualitas produk yang jelas manfaatnya, mudah dipakai, dan “*fit*” dengan kebutuhan lokal menumbuhkan persepsi nilai dan keyakinan bahwa produk

tersebut akan memecahkan masalah keuangan pengguna. Persepsi ini membentuk sikap positif dan niat yang berujung pada keputusan aktual. Temuan ini menegaskan bahwa perbaikan atribut-atribut produk Bank Papua secara nyata meningkatkan peluang masyarakat memutuskan menjadi nasabah.

KESIMPULAN

Kualitas layanan *E-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Papua Kota Sorong Hasil ini menunjukkan asumsi bahwa kualitas layanan e-banking yang dimana kenyamanan saat mengakses, kejelasan informasi, tampilan yang menyenangkan, dan kepercayaan terhadap sistem berperan besar dalam membentuk keputusan menjadi nasabah. Pengalaman positif yang dirasakan secara langsung saat menggunakan layanan digital tersebut membuat nasabah merasa yakin dan tidak ragu untuk mempercayakan transaksi finansialnya pada bank papua kota Sorong.

Kualitas produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Papua Kota Sorong. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah menilai kualitas produk tabungan yang mereka gunakan mencakup aspek seperti performa yang stabil, daya tahan penggunaan, kesesuaian dengan penjelasan awal, fitur tambahan yang bermanfaat, serta keandalan dalam penggunaan sehari-hari telah memberikan manfaat nyata dan memenuhi harapan untuk menjadi nasabah pada Bank Papua Kota Sorong.

Kualitas layanan *E-Banking* dan kualitas produk tabungan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Papua Kota Sorong. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital Banking dan kualitas produk tabungan berperan secara sinergis dalam membentuk keputusan untuk menjadi nasabah bank tersebut. Ketika layanan E-Banking yang diberikan responsif, informatif, dan dapat dipercaya, serta didukung oleh produk tabungan yang memiliki performa baik, fitur yang relevan, dan sesuai kebutuhan, maka respon positif nasabah akan muncul terkait menjadi nasabah pada bank Papua Kota Sorong.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R. A. M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al - Iltizam : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2), 242.
- Brm. (2022). *Soal Pengelolaan Kasda dan Payroll Gaji ASN, Pemkot Sorong Teken Pks Dengan Bank Papua*. Sorong Pos. <https://sorongpos.com/2022/03/17/soal-pengelolaan-kasda-dan-payroll-gaji-asn-pemkot-sorong-teken-pks-dengan-bank->

- [papua/](#).
- DPMPTSP Papua Barat Daya. (2023, May). *Potensi Investasi*. DPMPTSP PAPUA BARAT DAYA.
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *Pengaruh kualitas layanan dan produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bri syariah kcp Ponorogo*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Geraldine, A. L. D., & Anisa, F. (2022). Pengaruh brand image, online customer review, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Lazada. *Borobudur Management Review*, 2(2), 132-142.
- Hidayat, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.
- Ilhamalimy, R. Rafqi, & Mahaputra, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>.
- Indah, D. R. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 5(2), 545–554.
- Irona, V. Della, & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>.
- Jacoby, J. (2002). Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior. *Journal of Consumer Psychology, Volume 12*(Issue 1), Pages 51-57. https://doi.org/https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1201_05.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>.
- OJK. (2024). *Roadmap Penguatan Bank Pembangunan Daerah 2024-2027*.
- Pratama, G. (2024). OJK Tegaskan Peran Besar BPD dalam Mendorong Perekonomian Daerah. *Infobanknews.Com*.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>.
- Putri, D. L., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). Pengaruh digital marketing, label halal, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi empiris UMKM oleh-oleh Getuk Eco Magelang). *Borobudur Management Review*, 2(2), 87-111.
- Risalah, D. F. (2024, April). Digitalisasi Jadi “Senjata” Bank Daerah Hadapi Persaingan

Bisnis. *REPUBLIKA.CO.ID*.

- Suhendra, I., & Ronaldo, E. (2017). Pengaruh Intermediasi Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(1), 169. <https://doi.org/10.35448/jte.v12i1.4443>.
- Tampenawas, F. R. D. S. L. H. V. J. L. J. L. . (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Sinarmas Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 259–270. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45444>
- Undang-Undang Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*.
- Winanti, W., Bahri, S., Nurbaeti, A., & Novita, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera. *EKSISBANK (Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan)*, 5(2), 273-298.