

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi digital banking dan fitur layanan terhadap perilaku nasabah dalam pengguna layanan Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Dalam fenomena permasalahan yang ditemukan pada masa kondisi ini, nasabah sudah semakin kritis terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik *Non-Probability sampling & Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah dihitung dengan rumus Slovin. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan bantuan analisis program SPSS Versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial inovasi digital banking tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah dengan memiliki nilai sebesar $1,272 < 1,984$ dengan nilai signifikan $0,206 > 0,05$. Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah dengan memiliki nilai $3,795 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$. Sedangkan secara simultan inovasi digital banking dan fitur layanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap perilaku nasabah dengan nilai sebesar $39,681 > 3,09$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Inovasi Digital Banking, Fitur Layanan dan Perilaku Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital banking innovation and service features on customer behavior in using Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang services. In the phenomenon of problems found during this condition, customers are increasingly critical of the services provided by Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

This study uses a quantitative method. The population in this study were customers of Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang. The sampling method in this study was carried out using the Non-Probability Sampling & Purposive Sampling Technique. The sample in this study amounted to 100 customers calculated using the Slovin formula. The data analysis technique used in this study is Multiple Linear Regression with the help of SPSS Version 26 program analysis.

The results of the study indicate that partially digital banking innovation has no effect and is not significant on customer behavior with a value of 1.272 <1.984 with a significant value of 0.206> 0.05. Service features have a positive and significant effect on customer behavior with a value of 3.795> 1.984 with a significant value of 0.000 <0.005. While simultaneously digital banking innovation and service features have a joint effect on customer behavior with a value of 39.681> 3.09 with a significant level of 0.000 <0.05.

Keywords: *Digital Banking Innovation, Service Features and Customer Behavior*