



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i3>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh Pengalaman Nasabah, Kemudahan Akses dan Keamanan Bertransaksi *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank X Cabang Otista

Isabella Cristiana<sup>1</sup>, Cindy Lesmana<sup>2</sup>, Hariandy Hasbi<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, Bandung, Indonesia, [ibellacrist@gmail.com](mailto:ibellacrist@gmail.com)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, Bandung, Indonesia, [lesmana.cindy8286@gmail.com](mailto:lesmana.cindy8286@gmail.com)

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, Bandung, Indonesia, [hariandy.hasbi@stan-im.ac.id](mailto:hariandy.hasbi@stan-im.ac.id)

\*Corresponding Author: [hariandy.hasbi@stan-im.ac.id](mailto:hariandy.hasbi@stan-im.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of customer experience, ease of access, and transaction security in mobile banking on customer loyalty at Bank X, Otista Branch. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. Data were collected from 96 respondents and gathered through a Likert-scale-based questionnaire. The results indicate that all three independent variables, customer experience, ease of access, and transaction security have a significant impact on customer loyalty. These findings suggest that Bank X, Otista Branch, should continuously develop user-friendly mobile banking features, enhance user experience both technically and in service quality, and strengthen digital security systems on an ongoing basis. Such strategies are essential to maintaining customer loyalty amid the increasingly competitive digital banking landscape.*

**Keywords:** *Customer Loyalty, Customer Experience, Ease Of Access, Transaction Security, Mobile Banking*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman nasabah, kemudahan akses, dan keamanan bertransaksi *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank X Cabang Otista. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala *Likert* dari 96 responden Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu pengalaman nasabah, kemudahan akses, dan keamanan bertransaksi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa Bank X Cabang Otista perlu terus mengembangkan fitur *mobile banking* yang *user-friendly*, meningkatkan kualitas pengalaman pengguna baik dari sisi teknis maupun pelayanan, serta memperkuat sistem keamanan digital secara berkelanjutan. Strategi ini penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah dalam menghadapi persaingan perbankan digital yang semakin kompetitif.

**Kata Kunci:** *Mobile Banking, Loyalitas Nasabah, Pengalaman, Kemudahan Akses, Keamanan Transaksi*

## PENDAHULUAN

Sektor bisnis saat ini mulai beralih dari konvensional ke digitalisasi sebagai dampak dari pesatnya perkembangan teknologi dan informasi. Keunggulan teknologi informasi terletak pada kemampuannya memberikan informasi yang cepat dan akurat, sehingga mendukung kelancaran operasi bisnis (Mubarokah, 2019). Begitu pula dengan layanan keuangan perbankan, masyarakat menjadi lebih mudah dalam menggunakan teknologi yang semakin cepat, sehingga penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu nasabah (Rahma, 2018). Aplikasi *mobile banking* adalah salah satu dari kemajuan teknologi di bidang perbankan. Teknologi sistem pembayaran memiliki kemampuan untuk mengubah kebiasaan menggunakan uang tunai menjadi metode pembayaran non-tunai yang lebih hemat biaya dan efisien (Soemitra et al., 2021). Layanan keuangan digital dalam penggunaan *mobile banking* baik bank maupun nasabah saling mendapatkan keuntungan dari penggunaan fasilitas ini yaitu bank dapat menyederhanakan waktu dalam aktivitas bisnis mereka, sementara nasabah lebih menghemat waktu dan tenaga ketika menggunakannya (Ismulyaty et al., 2022). Keuntungan dari penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas ditandai oleh komitmen pelanggan yang konsisten dalam memilih kembali produk yang mereka anggap memuaskan, sehingga pelanggan setia dan sering membeli barang tersebut (Sigit & Soliha, 2017). Oleh karena itu, bank harus terus berinovasi dalam layanan mereka untuk memberikan nilai pengalaman nasabah yang positif untuk mempertahankan loyalitas nasabah dan memenangkan persaingan antar bank (Zare & Mahmoudi, 2020).

Pengalaman nasabah yang positif cenderung meningkatkan loyalitas terhadap bank, terutama jika mereka merasa didengarkan, dipahami, dan mendapatkan solusi dengan cepat (Zhao et al., 2019). Pengalaman positif ini juga dapat mendorong perilaku loyalitas, seperti meningkatkan penggunaan produk dan layanan bank, dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank (Habanyati et al., 2020). Nasabah juga akan mempertimbangkan pengalaman mereka saat menggunakan layanan digitalisasi perbankan. Cara yang tepat harus ditemukan untuk menjaga nasabah agar tetap setia yang tidak hanya mengutamakan pelayanan saja tetapi juga pengalaman nasabah (*customer experience*) guna meningkatkan kenyamanan nasabah (Purnomo et al., 2020).

Dalam meningkatkan kenyamanan nasabah, *mobile banking* didukung oleh pengembangan teknologi sehingga transaksi nasabah dapat dilakukan kapan saja mereka mau (Dirwan, 2022). *Mobile banking* menawarkan layanan 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Di sisi lain, *mobile banking* menawarkan kemudahan layanan tanpa batas waktu (Kumar & Sharma, 2020). Keberhasilan aplikasi bergantung pada fitur kemudahan akses, yang berdampak positif pada cara pengguna *mobile banking* melihat produk dan jasa (Abubakar et al., 2016). Manfaat yang ditawarkan *mobile banking* selain kemudahan penggunaan aplikasi, kemudahan memahami menu aplikasi, dan kemudahan mengunduh aplikasi juga memiliki manfaat lain yaitu keamanan transaksi, penggunaan yang aman setiap saat, kerahasiaan informasi yang terjamin dan keamanan sistem aplikasi (Tiana et al., 2019). Namun, menurut Sitanggang et al., (2024) keamanan masih menjadi isu utama bagi nasabah dalam melindungi informasi pribadi nasabah meskipun teknologi *mobile banking* semakin canggih.

Meskipun kemajuan teknologi semakin canggih, banyak nasabah masih khawatir tentang keamanan *mobile banking*, seperti kebocoran data nasabah. Akibatnya, sebagian besar nasabah lebih suka menunggu dan rela antri panjang di bank untuk menyelesaikan berbagai transaksi (Winata et al., 2018). Cara nasabah melihat keamanan yaitu terlindunginya data mereka ketika menggunakan layanan keuangan dan terjaga dari adanya penyalahgunaan data (Wardani & Fahlefi, 2022). Aplikasi *mobile banking* akan meningkatkan loyalitas nasabah jika mereka menjaga keamanan data mereka, seperti mencegah kebocoran identitas pengguna dan kata sandi pengguna untuk setiap transaksi perbankan (Handoko & Ronny, 2020). Orang-orang yang memiliki pengalaman positif dengan produk atau layanan bank, seperti aplikasi *mobile*

*banking* yang dapat menjaga data dan transaksi perbankan selalu aman, akan menjadi lebih loyal kepada bank dan mendorong orang lain untuk menggunakannya juga (Puriwat & Tripopsakul, 2017).

Beberapa hasil penelitian terdahulu menjadi dasar yang mendukung penelitian ini seperti Azhara & Rozza (2024); Lilhaq & Salehudin (2024) menyatakan bahwa pengalaman nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian lain oleh Purnomo et al., (2020); Parera & Susanti (2021) menyatakan bahwa kemudahan akses *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian oleh Adestyan & Rapida (2022); Rafiah (2019); menyatakan bahwa keamanan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun demikian, hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Susila et al., (2023); Syahira et al., (2024) menyatakan bahwa hubungan antara pengalaman nasabah dan loyalitas menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Penelitian lain oleh Raza et al., (2019); Balbhadra & Rathod (2016) menyatakan bahwa kemudahan akses *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Penelitian oleh Handoko & Ronny (2020) menyatakan bahwa keamanan transaksi tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Didasarkan pada *inkonsistensi* para peneliti di atas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis komponen yang mempengaruhi pengalaman nasabah, kemudahan bertransaksi, dan keamanan nasabah terhadap loyalitas pelanggan di Bank X Cabang Otista di Kota Bandung. Dengan menggunakan situs web Bank X Cabang Otista, peneliti mengumpulkan data tentang perkembangan penggunaan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista hingga tahun 2024. Diketahui bahwa pada tahun 2020 jumlah transaksi pengguna *mobile banking* mencapai 5.890 transaksi dan mengalami kenaikan 4,69% dengan total transaksi 6.180 di tahun 2021. Pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021, mengalami kenaikan 7,36% menjadi 6.671 transaksi. Bila dibandingkan dengan tahun 2022, jumlah transaksi di tahun 2023 sebanyak 6.913 atau meningkat 3,50% dan pada tahun 2024, jumlah transaksi meningkat 2,59% atau mencapai 7.097 transaksi. Dari data tersebut capaian atau keberhasilan Bank X Cabang Otista dimana terdapat kenaikan dari tahun ke tahun dalam pemakaian transaksi *mobile banking*, sehingga timbul pertanyaan apakah pengalaman nasabah, kemudahan akses, dan keamanan bertransaksi menggunakan *mobile banking* berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah yang menyebabkan jumlah transaksi penggunaan *mobile banking* terus meningkat.

Loyalitas, menurut Hidayat (2009) sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu pasar yang didasarkan pada sikap dan tindakan mereka selama pembelian ulang. Loyalitas juga didefinisikan sebagai keinginan konsisten nasabah untuk membeli atau berlangganan kembali produk atau jasa di masa depan (Kristian & Sugiharto, 2018). Guna mendapatkan nasabah yang setia, bisnis harus memperlakukan nasabah yang berbeda dengan cara yang berbeda. Menurut teori Azhara & Rozza (2024), terdapat sejumlah indikator yang dapat dijadikan acuan dalam menilai tingkat loyalitas nasabah adalah merasa puas dengan manfaat produk tersebut, tetap setia dalam menggunakan produk tersebut, terus memprioritaskan produk dan layanan, dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Berdasarkan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah tekad seseorang untuk tetap komitmen terhadap produk atau jasa atau perusahaan.

Dalam industri perbankan, pengalaman nasabah sangat penting. Nasabah yang puas dengan pengalaman mereka bersama bank biasanya memberikan penilaian positif terhadap layanan bank tersebut (Alzoubi et al., 2022). Azhara & Rozza (2024) menyatakan bahwa pengalaman nasabah adalah hasil interaksi yang dapat mempengaruhi pikiran nasabah dan persepsi mereka tentang perusahaan. Purnomo et al., (2020) menyatakan bahwa ada delapan elemen yang mempengaruhi pengalaman nasabah. Salah satu faktor tersebut adalah *accessibility*, yang berarti kemudahan bagi nasabah untuk berinteraksi dan mendapatkan produk. Kemampuan penyedia produk dalam persaingan bisnis dikenal sebagai *competence*. Perasaan nasabah bahwa penyedia produk mengetahui dan mengenali kehadiran mereka yang

disebut *customer recognition*. *Helpfulness* yaitu perasaan nasabah bahwa meminta bantuan itu mudah. *Personalization*, yaitu persepsi nasabah terhadap fasilitas atau perlakuan yang membuatnya merasa nyaman sebagai individu. *Problem solving*, yang berarti nasabah merasa bahwa masalah mereka telah diselesaikan oleh penyedia produk, fasilitas, dan layanan. *fulfillment of promise*, yaitu pemenuhan janji oleh penyedia produk, fasilitas, dan layanan. Terakhir, tetapi tidak kalah penting, adalah *value for time*, yang menunjukkan kepada nasabah bahwa penyedia produk menghargai waktu mereka. Ada ulasan positif dan negatif tentang pengalaman nasabah dengan *mobile banking*. Kemudahan dalam bertransaksi adalah salah satu faktor yang meningkatkan pengalaman nasabah.

Menurut Purnomo et al., (2020), kemudahan akses *mobile banking* berarti bahwa nasabah dapat melakukannya tanpa kesulitan, atau terbebas dari kesulitan, dan tidak perlu melakukan banyak usaha. Sehingga persepsi tentang kemudahan penggunaan merujuk pada persepsi bahwa sistem teknologi informasi dapat dioperasikan dengan mudah tanpa memerlukan banyak upaya. Tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem turut dipengaruhi oleh seberapa sering pengguna berinteraksi dan menggunakan sistem tersebut. Dengan kemudahan bertransaksi *mobile banking*, layanan bank menjadi mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan saja tidak cukup untuk mendukung transaksi melalui aplikasi *mobile banking*, peran keamanan dalam bertransaksi juga diperlukan oleh nasabah agar percaya kepada aplikasi *mobile banking* di Bank X Cabang Otista.

Keamanan dapat dijelaskan oleh Erina, (2021) sebagai suatu keadaan atau kualitas yang tetap ada terlepas dari kecemasan dan ketakutan yang ada atau dalam bentuk kepedulian. Keamanan sendiri berarti melindungi dan mengawasi informasi, termasuk data pribadi nasabah, dari ancaman dunia maya seperti pencurian atau peretasan data, yang dapat mengungkapkan data nasabah. Jadi, menggunakan *mobile banking* dapat memungkinkan orang untuk melakukan kejahatan seperti pencurian data nasabah atau peretasan selama proses transaksi. Ketika nasabah memberikan datanya maka harus dipastikan bahwa orang yang mengambil data tersebut tahu apa yang akan dilakukan dengan data tersebut dan siapa yang dapat mengaksesnya, seperti yang dinyatakan dalam peraturan privasi. Selain itu, nasabah harus yakin bahwa bank dapat melindungi data pelanggan saat mereka melakukan transaksi *online* dari orang yang melakukan kejahatan. Nasabah merasa aman ketika melakukan transaksi melalui *mobile banking* karena transaksi elektronik tersebut aman (Rusdian & Kusumadewi, 2024). Menurut Thygerson (Dianta & Zusrony, 2019) ada empat komponen utama dalam menjaga keamanan *mobile banking*: 1. *Privacy & confidentiality*, dimana bagian ini menekankan pada upaya untuk memastikan bahwa data dan informasi bersifat privat dan tidak bisa diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Sementara kerahasiaan berfokus pada data pribadi, seperti data nasabah perbankan. 2. *Integrity*, yaitu bagian yang menekankan keamanan data atau informasi agar tidak dapat diakses selain dengan izin pemilik. 3. *Authentication*, yaitu bagian yang menekankan keaslian data atau informasi, termasuk apakah pihak yang memberikan atau mendapatkan akses ke data tersebut adalah pihak yang memiliki ijin akses atau pemilik sah. 4. *Availability*, merupakan bagian yang membahas ketersediaan data atau informasi ketika dibutuhkan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif guna mengetahui adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel terikat dan bebas. Data dikumpulkan melalui survei dengan alat pengumpulan berupa kuesioner berskala Likert. Populasi penelitian adalah nasabah Bank X Cabang Otista, penentuan jumlah sampel menggunakan formulasi Slovin dilanjutkan pengambilan sampling dengan teknik *simple random sampling* sehingga didapatkan 96 responden. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan melakukan pengujian instrument, uji asumsi klasik, dan uji

regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk menganalisisnya. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Februari hingga Maret 2025 yang berlokasi di Bank X Cabang Otista Bandung

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup informasi mengenai karakteristik responden yang berpartisipasi. Karakteristik tersebut meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir. Data ini berfungsi sebagai dasar dalam memahami latar belakang responden yang dapat mempengaruhi pandangan serta sikap mereka terhadap penggunaan *mobile banking*. Rincian karakteristik responden tersebut disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Gender</b>		
Pria	57	59,3 %
Wanita	39	40,7%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>
<b>Usia</b>		
< 18 tahun	0	0 %
18-24 tahun	4	4,16 %
25-30 tahun	8	8,33%
31-36 tahun	24	25 %
>36 tahun	60	62,5 %
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMA/ Sederajat	33	34,3 %
S1	61	63,5 %
S2	2	2,2 %
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan data dalam tabel karakteristik responden yang telah dipaparkan, mayoritas pengguna *mobile banking* Bank X Cabang Otista adalah laki-laki (59,3%) dengan usia dominan di atas 36 tahun (62,5%) dan tingkat pendidikan terakhir mayoritas S1 (63,5%). Profil ini memberikan gambaran penting mengenai target utama pengguna *mobile banking* Bank X. Kelompok usia dewasa ini cenderung sudah memiliki pengalaman dalam menggunakan berbagai layanan perbankan dan memiliki harapan yang tinggi terhadap kemudahan serta keamanan transaksi. Oleh karena itu, faktor pengalaman menjadi signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah karena nasabah dengan usia di atas 36 tahun cenderung mengevaluasi layanan berdasarkan perbandingan terhadap pengalaman sebelumnya dan menilai apakah layak untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut. Sedangkan untuk pengguna berusia muda (<30 tahun) masih tergolong sedikit. Ini menunjukkan bahwa masih ada peluang besar untuk menarik perhatian kelompok muda agar menjadi pengguna setia. Untuk menjangkau mereka, Bank X perlu mengembangkan pendekatan yang lebih sesuai dengan gaya hidup *digital* generasi muda. Misalnya, melalui desain aplikasi yang lebih menarik, fitur keuangan yang lengkap, serta kampanye digital yang lebih menarik dan *interaktif*.

Hasil analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian yang telah dikumpulkan. Statistik ini mencakup rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang diteliti. Melalui analisis ini, dapat diketahui

kecenderungan data serta sebaran nilai dari setiap indikator yang digunakan sebagai variabel penelitian. Hasil deskriptif secara keseluruhan disajikan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Statistik Deskriptif**

Variabel	n	Mean
Pengalaman nasabah	96	4,29
Kemudahan Akses	96	4,23
Keamanan Transaksi	96	4,26
Loyalitas Nasabah	96	4,16

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Hasil pengumpulan data kuesioner bahwa dari 96 responden menyatakan bahwa pengalaman nasabah dianggap tertinggi dengan nilai 4,29 yang menunjukkan baik. Variabel keamanan transaksi memiliki nilai rata-rata yaitu, 4,26 yang artinya responden merasa bahwa aspek keamanan bertransaksi *mobile banking* baik namun masih dapat terus ditingkatkan untuk keamanan sistem aplikasi tersebut. Variabel kemudahan akses *mobile banking* memiliki nilai rata-rata, yaitu 4,23, yang menunjukkan bahwa responden sangat merasakan kemudahan dalam mengakses layanan perbankan secara digital. Terakhir, loyalitas nasabah memiliki nilai rata-rata, yaitu 4,16 yang mengindikasikan bahwa mayoritas responden dengan baik dan memiliki kecenderungan untuk tetap menggunakan layanan bank tersebut dalam jangka panjang. Ini merupakan sinyal yang baik karena menunjukkan adanya kepercayaan terhadap bank.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis guna mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berikut hasil uji hipotesis yang disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Uji Statistik	Nilai Statistik	Sig. (p-value)	$\alpha = 0.05$	Keputusan
H1: Pengalaman Nasabah → Loyalitas	Uji t	t = 3,591	0,000	0,05	Ho ditolak
H2: Kemudahan Akses → Loyalitas	Uji t	t = 5,616	0,000	0,05	Ho ditolak
H3: Keamanan Transaksi → Loyalitas	Uji t	t = 3,429	0,001	0,05	Ho ditolak
H4: Semua variabel independen → Loyalitas	Uji F (ANOVA)	F = 6,865	0	0,05	Ho ditolak

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, dilakukan uji hipotesis menggunakan SPSS. Uji ini bertujuan untuk menguji kebenaran asumsi yang telah dirumuskan berdasarkan teori dan kerangka konseptual. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel-variabel yang diteliti. Rincian hasil uji hipotesis disajikan dalam Tabel 3 berikut.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa variabel pengalaman nasabah, kemudahan akses dan keamanan bertransaksi *mobile banking* seluruhnya memiliki hasil analisis sig. yang lebih kecil daripada 0,05 sehingga seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Nilai statistik F hitung yaitu 6,865 dengan F sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 sehingga hasil keputusan yaitu Ho ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa secara

simultan pengalaman nasabah (X1), kemudahan akses (X2), dan keamanan bertransaksi *mobile banking* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

### **Pengaruh pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah**

Pengalaman nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista artinya pengalaman nasabah sangat menentukan apakah mereka akan tetap setia menggunakan layanan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista atau tidak. Pada hasil kuesioner mengenai pengalaman nasabah, peneliti menanyakan 5 (lima) pertanyaan kepada responden dan membandingkan hasilnya menggunakan skala likert (1-5) di mana 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan 5 menunjukkan "Sangat Setuju". Pada pertanyaan pertama didapat nilai rata-rata 4,41 yang menyatakan bahwa kebanyakan responden setuju bahwa lingkungan kantor Bank X Cabang Otista memiliki ruangan yang bersih sehingga nasabah merasa nyaman bertransaksi di bank. Kondisi lingkungan fisik yang bersih mencerminkan sikap profesionalisme dan kepedulian pihak bank terhadap kenyamanan nasabah. Pertanyaan kedua didapat nilai rata-rata 4,10 yang menyatakan nasabah setuju bahwa jasa *mobile banking* di Bank X Cabang Otista memiliki nilai manfaat lebih bila dibandingkan dengan biaya admin yang dibebankan. Walaupun terdapat biaya dalam setiap transaksi penggunaan *mobile banking*, namun nasabah lebih merasakan pengalaman yang positif dalam menggunakan *mobile banking* sehingga biaya transaksi tidak dijadikan suatu kendala dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Pertanyaan ketiga didapat nilai rata-rata 4,33 yang menyatakan responden setuju bahwa penggunaan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista mudah dipahami dan mengerti kebutuhan nasabah sehingga memberikan pengalaman yang baik pada saat menggunakan layanan *mobile banking* Bank X Cabang Otista. Aplikasi *mobile banking* telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah melalui fitur-fitur yang relevan yang semuanya dirancang untuk memberikan layanan terbaik yang berperan untuk memastikan pengalaman nasabah menjadi positif. Pernyataan keempat didapat nilai rata-rata 4,33 yang menyatakan nasabah setuju dalam penggunaan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista, nasabah memperoleh pengalaman yang menyenangkan berkat kemudahan yang ditawarkan *mobile banking* dalam melakukan berbagai transaksi, salah satunya transfer antar rekening, transfer antar bank, bahkan pembayaran- pembayaran kepada instansi lainnya. Pertanyaan terakhir yaitu kelima didapat nilai rata-rata 4,27 yang menyatakan bahwa kenyamanan saat memakai *mobile banking* memberikan kesan baik, sehingga nasabah terdorong melakukan transaksi berulang melalui layanan tersebut. Ketika nasabah yang baru pertama kali menggunakan aplikasi *mobile banking* dan memiliki kesan bahwa tampilan *mobile banking* ini menarik, mudah dipahami, proses transaksi berjalan dengan lancar maka alhasil akan membentuk pengalaman yang positif di diri nasabah. Namun, apabila yang terjadi adalah kebalikannya, seperti aplikasi sering mengalami gangguan, *loading* yang lama dan bahkan pada saat nasabah mengajukan *complain* terhadap hal tersebut mereka tidak mendapatkan solusi, maka hal- hal inilah yang dapat menyebabkan pengalaman negatif dalam diri nasabah. Pengalaman yang positif, membuat nasabah cenderung akan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain, menggunakan layanan lebih sering, dan lebih jarang berpindah ke bank lainnya. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat menyebabkan nasabah berpindah ke bank lain yang menawarkan layanan digital yang lebih baik. Dalam persaingan industri perbankan saat ini, khususnya dalam layanan digital seperti *mobile banking* terasa semakin ketat. Bank-bank lain, termasuk bank digital dan bank konvensional besar, terus meningkatkan pengalaman nasabah melalui penyempurnaan aplikasi, respons cepat terhadap keluhan, serta integrasi layanan keuangan yang lebih luas dalam satu aplikasi (seperti pengelolaan investasi dan keuangan pribadi). Di tengah kondisi ini, pengalaman nasabah yang menyenangkan saat menggunakan *mobile banking* menjadi salah satu kunci utama untuk mempertahankan nasabah. Oleh karenanya, Bank X Cabang Otista perlu terus mengembangkan langkah- langkah

strategis menghadapi persaingan bank dengan memperkuat diferensiasi pada fitur *mobile banking* seperti menambahkan fitur pengingat pembayaran tagihan dan dapat juga dengan mengevaluasi aplikasi yang dimiliki bank pesaing secara rutin agar Bank X Cabang Otista tidak tertinggal dalam hal kelengkapan dan kenyamanan layanan.

### **Pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah**

Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista artinya semakin mudah nasabah dalam mengakses *mobile banking* maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah. Dalam hal ini, peneliti menanyakan 6 (enam) pertanyaan kepada responden dan membandingkan hasilnya menggunakan skala likert (1-5) di mana 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan 5 menunjukkan "Sangat Setuju". Pada pertanyaan pertama didapat nilai rata-rata 4,27 yang menyatakan bahwa responden setuju bahwa layanan *mobile banking* memberikan kemudahan dan memproses setiap transaksi dengan cepat dan tepat. Hal ini aplikasi *mobile banking* di Bank X Cabang Otista didukung oleh berbagai kemudahan seperti kemudahan login, kemudahan penggunaan fitur *mobile banking*, kemudahan dapat melakukan berbagai transaksi transfer, pembayaran berbagai tagihan, dan pembelian pulsa atau listrik, sehingga hal-hal inilah yang menjadikan nasabah merasa terbantu karena proses menjadi lebih cepat dan tepat. Pertanyaan kedua didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan responden setuju bahwa transaksi *mobile banking* di Bank X Cabang Otista tepat waktu karena layanan *mobile banking* memberikan kemudahan bertransaksi secara *real-time*, sehingga sangat membantu nasabah dalam mengelola keuangan mereka secara efisien tanpa perlu mengantri di bank. Pertanyaan ketiga didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan responden setuju bahwa layanan *mobile banking* di bank X Cabang Otista dapat digunakan selama 24 jam tanpa batasan waktu. Hal ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi kapan saja baik pada hari kerja maupun hari libur, tanpa perlu menyesuaikan dengan jam operasional bank. Pertanyaan keempat didapat nilai rata-rata 4,28 yang menyatakan responden mayoritas setuju bahwa layanan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan. Pelayanan yang dijanjikan yaitu seperti fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi berjalan dengan baik, transaksi dapat dilakukan secara tepat waktu dan informasi yang ditampilkan akurat. Pertanyaan kelima didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa layanan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista dapat digunakan dimanapun dan tidak mengenal batasan tempat. Selama terhubung dengan jaringan internet, nasabah dapat mengakses layanan *mobile banking* tanpa harus datang ke kantor cabang atau mesin ATM. Kemudahan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi perbankan kapan pun dan dari lokasi manapun, baik itu di rumah, di tempat kerja, maupun saat bepergian. Pertanyaan terakhir yaitu keenam didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan bahwa responden setuju bahwa dengan menggunakan layanan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista tidak perlu mengantri di bank. Layanan *mobile banking* menawarkan efisiensi waktu dan kenyamanan yang tinggi bagi nasabah dimana nasabah tidak harus antri di kantor cabang bank atau mesin ATM. Hal ini mendukung bahwa ketersediaan layanan secara *digital* mendukung gaya hidup modern yang menuntut kecepatan dan kemudahan dalam pengelolaan keuangan sehingga *mobile banking* semakin relevan sebagai solusi keuangan praktis. Secara keseluruhan dalam menjalankan *mobile banking*, tentunya nasabah ingin merasakan kemudahan akses saat hendak melakukan berbagai transaksi. Akses yang mudah dan cepat membuat nasabah merasa nyaman dan hemat waktu. Nasabah akan lebih sering menggunakan aplikasi dan menjadi lebih loyal. Sebaliknya, jika aplikasi lambat atau menyulitkan, nasabah berpotensi berpindah ke bank lain yang lebih praktis. Hal ini tentunya harus dipahami bahwa kemudahan akses bukan lagi keunggulan, melainkan sudah menjadi standar minimal di industri perbankan *digital*. Bank- bank lain khususnya bank *digital* sudah lebih maju beberapa langkah

dengan menghadirkan proses registrasi tanpa tatap muka, verifikasi cepat, serta fitur-fitur otomatisasi keuangan yang memudahkan hidup nasabah. Sehingga jika Bank X Cabang Otista ingin tetap bersaing dan menjaga loyalitas nasabah, maka kemudahan akses harus cepat, mudah dipahami, serta minim hambatan. Kemudahan akses dalam aplikasi *mobile banking* yang dimiliki oleh Bank X Cabang Otista memiliki berbagai kemudahan seperti kemudahan login, kemudahan penggunaan fitur *mobile banking*, kemudahan dapat melakukan berbagai transaksi transfer, pembayaran berbagai tagihan, dan pembelian pulsa atau listrik, sehingga hal-hal inilah yang menjadikan nasabah merasa terbantu dengan adanya *mobile banking* dan menjadikan nasabah tetap *loyal* kepada Bank X Cabang Otista.

### **Pengaruh Keamanan bertransaksi *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah**

Keamanan bertransaksi *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam di Bank X Cabang Otista artinya kepercayaan terhadap sistem keamanan sangat mempengaruhi keputusan nasabah untuk terus menggunakan aplikasi. Pada kuisioner yang disebarkan ke responden, peneliti menanyakan 2 (Dua) pertanyaan kepada responden dan membandingkan hasilnya menggunakan skala likert (1-5) di mana 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan 5 menunjukkan "Sangat Setuju". Pada pertanyaan pertama didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan bahwa responden setuju bahwa layanan *mobile banking* di Bank X Cabang Otista lebih aman dibandingkan dengan *mobile banking* bank lainnya. Setiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah akan langsung dikirimkan notifikasi sehingga tidak hanya dapat meningkatkan transparansi, tetapi juga memungkinkan nasabah dapat segera mengetahui jika ada transaksi yang tidak benar atau mencurigakan. Pada pertanyaan kedua didapat nilai rata-rata 4,29 yang menyatakan bahwa responden mayoritas setuju bahwa layanan *mobile banking* yang digunakan responden menggunakan nomor PIN dan *password* untuk keamanannya. Dalam setiap bertransaksi, Bank X Cabang Otista sudah menerapkan sistem keamanan berlapis seperti verifikasi dua langkah dan pengacakan nomor PIN dalam setiap bertransaksi. Pada prakteknya, nasabah wajib memasukkan kata sandi terlebih dahulu sebagai verifikasi awal sebelum dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, kemudian nasabah wajib memasukkan nomor PIN untuk setiap transaksi yang sudah benar dan akan dijalankan. Keamanan menjadi alasan utama tindakan ini, dan hingga saat ini tidak ditemukan laporan mengenai data bocor atau aktivitas penipuan yang dialami oleh nasabah di Bank X Cabang Otista. Bank yang mampu memberikan rasa aman kepada nasabah akan lebih mudah mempertahankan loyalitas mereka. Keamanan adalah faktor utama yang sering menjadi perhatian utama nasabah. Jika bank mampu memberikan perlindungan maksimal dan tanggap saat ada masalah, maka nasabah akan merasa tenang dan tetap loyal. Namun jika sering terjadi kasus pembobolan atau bank lambat menanggapi masalah, maka loyalitas bisa runtuh dalam waktu singkat. Dalam lingkup perbankan digital saat ini, keamanan bukan hanya sekadar fitur teknis melainkan sebuah janji kepercayaan. Banyak bank telah berlomba-lomba membangun sistem keamanan canggih yang tak hanya mengamankan data, tetapi juga memberikan rasa tenang dan kontrol kepada nasabah. Misalnya, beberapa bank digital kini menyediakan fitur "*panic button*" untuk memblokir akun secara instan jika terjadi kegagalan, atau sistem deteksi penipuan berbasis AI yang langsung menginformasikan nasabah bila terjadi aktivitas mencurigakan. Di tengah tingginya kasus kejahatan *cyber* dan *social engineering* seperti *phishing*, *OTP scam*, dan *SIM swap*, nasabah semakin cermat dalam memilih layanan *digital*. Sekali kepercayaan hilang akibat celah keamanan, maka loyalitas pun mudah goyah apalagi jika bank lain menawarkan perlindungan dan respons yang lebih cepat serta meyakinkan. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan bank, Bank X Cabang Otista perlu meningkatkan beberapa hal guna menjaga keamanan nasabah dalam bertransaksi seperti memperkuat keamanan dengan teknologi tambahan seperti biometrik dua lapis, meningkatkan transparansi keamanan kepada nasabah seperti

pemberitahuan aktivitas *login* yang tidak biasa serta melakukan edukasi rutin kepada nasabah terkait modus- modus kejahatan digital beserta panduan untuk cara menghindarinya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengalaman nasabah, kemudahan akses, dan keamanan dalam bertransaksi melalui *mobile banking* memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas nasabah di Bank X Cabang Otista. Ketiga faktor tersebut terbukti memberikan pengaruh yang signifikan keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank. Kemudahan akses menjadi aspek yang paling dirasakan manfaatnya oleh nasabah, di mana layanan yang cepat, praktis dan kemudahan fitur, membuat pengguna merasa nyaman dan efisien dalam menjalankan berbagai transaksi. Pengalaman positif yang diperoleh saat menggunakan aplikasi juga memberikan dampak besar terhadap keputusan nasabah untuk tetap setia. Sementara itu, meskipun sistem keamanan sudah cukup baik dan mendapat apresiasi dari pengguna, aspek ini tetap menjadi perhatian penting karena menyangkut kepercayaan dan rasa aman dalam bertransaksi. Dengan demikian, Bank X Cabang Otista telah menunjukkan upaya yang baik dalam menyediakan layanan *mobile banking* yang mampu mendukung loyalitas nasabah. Sedangkan saran yang dapat diberikan agar Bank X Cabang Otista dapat terus meningkatkan loyalitas nasabah dan bersaing dalam dunia perbankan digital yang semakin kompetitif yaitu terus mengembangkan fitur kemudahan akses agar aplikasi *mobile banking* semakin praktis dan efisien digunakan oleh semua kalangan, termasuk pengguna yang tidak terlalu familiar dengan teknologi digital. Untuk meningkatkan kualitas pengalaman nasabah, tidak hanya dari sisi teknis aplikasi, tetapi juga dari sisi layanan nasabah, seperti penyelesaian keluhan yang cepat, pemberian informasi yang jelas, dan pendekatan komunikasi yang lebih *personal*. Bank juga harus memperkuat sistem keamanan digital, dengan menerapkan teknologi terkini dan melakukan pembaruan secara berkala, serta memberikan edukasi kepada nasabah terkait penggunaan fitur-fitur keamanan untuk menghindari risiko penipuan atau penyalahgunaan data. Dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah, Bank X Cabang Otista juga dapat menambah strategi dengan pemberian penghargaan kepada pengguna *mobile banking* yang aktif dan nasabah lama untuk bentuk apresiasi terhadap nasabah yang loyal. Secara keseluruhan, loyalitas nasabah bukan hanya hasil dari layanan yang memadai, tetapi hasil dari pengalaman, kemudahan, dan rasa aman yang konsisten diberikan oleh bank. Bank X Cabang Otista memiliki potensi besar untuk mempertahankan dan memperluas basis nasabahnya jika mampu terus berinovasi dan menjaga kualitas layanan digitalnya secara berkelanjutan.

## REFERENSI

- Abubakar, H. I., Hashim, N. L., & Hussain, A. (2016). A methodology for verification of a new model for evaluating the usability of an m-banking application. *International Journal Of Computers*, 10, 147–154.
- Adestyan, F. M., & Rapida, I. (2022). Pengaruh keamanan, kepuasan, kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna bsi net banking di Bank Syariah Indonesia Kcp Suropaticore Bandung. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 53–61. <https://doi.org/10.32627>
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. Al, Akour, I., & Aziz, R. (2022). Does BLE technology contribute towards improving marketing strategies, customers' satisfaction and loyalty? The role of open innovation. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 449–460. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.009>

- Azhara, R., & Rozza, S. (2024). Pengaruh persepsi risiko, persepsi keamanan, dan user experience terhadap loyalitas nasabah menggunakan aplikasi BSI mobile. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*.
- Balbhadra, B., & Rathod, A. (2016). Load following mode control of solar photovoltaics generation for providing ancillary service of reactive power in distribution system. *International Journal of Advance Research in Engineering*, 3(5), 250–258.
- Dianta, I. A., & Zusrony, E. (2019). Analisis pengaruh sistem keamanan informasi perbankan pada nasabah pengguna. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1–9.
- Dirwan. (2022). Keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* dari sisi kemudahan, manfaat dan kenyamanan. *Juornal of Management & Business*, 5(1), 323–331.
- Erina, N. (2021). *Pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Nganjuk* [Undergraduate (S1) thesis]. IAIN Ponorogo.
- Habanyati, H., Simui, F., Kanyamuna, V., & Muleya, G. (2020). Lived experiences of multi-banked bank account holders with a focus on banks at Manda Hill Mall Lusaka, Zambia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(6), 208–223. <https://doi.org/10.14738/assrj.76.8386>
- Handoko, A. D., & Ronny. (2020). Pengaruh keamanan, keandalan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan *mobile banking*. *Journal IMAGE*, 9(2), 79–91.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), 59–72.
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pengguna internet banking terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 8(1), 66–74.
- Kristian, R. D., & Sugiharto, S. (2018). Analisa pengaruh service quality terhadap loyalitas pelanggan indihome fiber dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 1–7.
- Kumar, S., & Sharma, M. (2020). International Journal of Information Management Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of *mobile banking* services : An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75.
- Lilhaq, A. G., & Salehudin, I. (2024). Peran kemudahan, keamanan, inovasi, dan kecepatan layanan terhadap pengalaman dan loyalitas pelanggan pada aplikasi fintech investasi. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 47(1), 58–76.
- Mubarokah, S. N. (2019). Minat menggunakan *mobile banking* pada perbankan milik negara. *Proceedings 6th NCAB (National Conference on Applied Business)*, 242–249.
- Parera, N. O., & Susanti, E. (2021). Loyalitas nasabah dari kemudahan penggunaan *mobile banking*. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 2(1), 42–52. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). The impact of e-service quality on customer satisfaction and loyalty in *mobile banking* usage: case study of Thailand. *Polish Journal of Management Studies*, 15(2), 183–193. <https://doi.org/10.17512/pjms.2017.15.2.17>
- Purnomo, H., Risma, & Yusuf, R. (2020). Layanan sms banking dan internet banking bank syariah untuk meningkatkan customer experience. *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 8(1), 1–10.

- Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui e-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46–56. <http://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah>
- Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi masyarakat kota Medan terhadap penggunaan financial technology (fintech). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 642–661.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of *mobile banking* in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Rusdian, B., & Kusumadewi, R. (2024). Pengukuran persepsi pengguna terhadap persepsi manfaat, fitur layanan dan keamanan *mobile banking* (studi kasus pada nasabah BRI wilayah Ciayumajakuning). *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 158–165. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp>
- Sitanggang, A. S., Lestari, S., Febrianti, N. C., Az-Zahra, A., & Fitriadi, M. N. (2024). Analisis tingkat kepercayaan nasabah pada keamanan transaksi perbankan melalui *mobile banking* (m-banking). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1566–1580. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.23067>
- Soemitra, A., Ismal, R., Syahraini, Irawan, D., Fitrah, R., & Miftahuddin. (2021). Electronic money in islamic view: literature study. *International Journal of Engineering Technology Research & Management IJETRM*, 5(8), 58–67. <http://ijetrm.com/>
- Susila, N., Putra, K., & Khalik, I. (2023). Pengaruh citra merek dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna *mobile banking* BCA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 172–181.
- Syahira, T., Indra, A. P., & Anggraini, T. (2024). Pengaruh pengalaman nasabah dalam penggunaan mbanking terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (studi kasus masyarakat Sei Mencirim). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 1216–1220. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Tiana, I. M., Prihatiningrum, R. Y., & Rifani, A. (2019). Pengaruh benefits offered aplikasi *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah, kepercayaan, loyalitas dan positive word of mouth (wom). *Journal of Applied Business and Economic*, 5(4), 351–364.
- Wardani, D. K., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengaruh persepsi keamanan terhadap loyalitas pengguna e-banking dengan kepercayaan (trust) sebagai variabel intervening (studi kasus pada nasabah e-banking Bank BNI). *JPDSH Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8), 1665–1672. <https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH>
- Winata, V. P., Sabri, & Dewi, S. (2018). Analisis kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan bsm *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Payakumbuh. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 2(2), 203–210. <https://doi.org/doi.org/10.30983/es.v2i2.723>
- Zare, M., & Mahmoudi, R. (2020). The effects of the online customer experience on customer loyalty in e-retailers. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 6(5), 208–214. <https://doi.org/10.22161/ijaems.65.2>
- Zhao, Q., Tsai, P. H., & Wang, J. L. (2019). Improving financial service innovation strategies for enhancing China's banking industry competitive advantage during the fintech revolution: a hybrid mcdm model. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1419), 1–29. <https://doi.org/10.3390/su11051419>