

Analisis Tingkat Kemudahan Aplikasi Bank Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Mahasiswa

Excell Refileo Jeremy¹, Marsa Velma Marcellama², Panzi Rizky Alamsyah³, Palupi Permata Rahmi⁴, Asep Wahyu Mulyadi⁵

^{1,2,3,4}, Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

⁵ Bank Syariah Nasional Serang, Indonesia

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi layanan perbankan melalui hadirnya aplikasi bank digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tingkat kemudahan penggunaan aplikasi bank digital memengaruhi loyalitas nasabah mahasiswa. Data diperoleh melalui studi literatur dan kajian terhadap berbagai penelitian terdahulu yang relevan mengenai persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) dan loyalitas nasabah dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah mahasiswa, baik secara langsung melalui pembentukan kebiasaan penggunaan maupun secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna. Dimensi kemudahan yang paling berpengaruh meliputi kemudahan navigasi antarmuka, keandalan sistem, kemudahan proses onboarding, aksesibilitas fitur utama, serta keseimbangan antara keamanan dan kemudahan akses.

Kata Kunci: Bank Digital, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Nasabah, Mahasiswa, *Technology Acceptance Model* (TAM).

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed banking services through the emergence of digital banking applications that offer convenience, speed, and flexibility in conducting financial transactions. This study aims to analyze how the ease of use of digital banking applications influences customer loyalty among university students. The research employs a qualitative approach using a descriptive-analytical method. Data were collected through a literature review and an examination of previous studies related to Perceived Ease of Use (PEOU) and customer loyalty within the framework of the Technology Acceptance Model (TAM). The findings indicate that ease of use has a positive and significant impact on student customer loyalty, both directly through the formation of habitual usage and indirectly through increased user satisfaction. The dimensions of ease of use that most strongly influence loyalty include interface navigation, system reliability, onboarding simplicity, accessibility of core features, and a balance between security and ease of access.

Keywords: Digital Banking, Ease of Use, Customer Loyalty, University Students, *Technology Acceptance Model* (TAM).

Korespondensi:

Nama Lengkap :

Excell Refileo Jeremy

(excellrefileo@student.inaba.ac.id)

Submit: 4 Mei 2026

Revisi: 28 Mei 2026

Diterima: 28 Juni 2026

Terbit: 30 Juni 2026

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan mendasar dalam industri perbankan Indonesia. Aktivitas perbankan yang dahulu menuntut kehadiran fisik nasabah di kantor cabang kini dapat dilakukan sepenuhnya melalui aplikasi berbasis smartphone secara fleksibel tanpa Batasan waktu dan tempat. Transformasi inilah yang melahirkan konsep bank digital sebagai wujud inovasi perbankan modern yang tidak hanya menyederhanakan proses transaksi, tetapi juga membentuk ulang standar harapan nasabah terhadap layanan keuangan.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna yang paling relevan dalam ekosistem bank digital saat ini. Sebagai generasi yang lahir dan berkembang ditengah arus digitalisasi, mahasiswa memiliki

kecenderungan tinggi untuk mengadopsi teknologi baru dan menjadikan kemudahan akses sebagai tolak ukur utama dalam menentukan pilihan layanan perbankan. Berbagai aplikasi seperti BCA Mobile, Livin' by Mandiri, BRI Mo, dan lainnya, telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari mahasiswa, mencakup kebutuhan mulai dari pembayaran akademik, transaksi daring, hingga pengelolaan tabungan pribadi.

Meski demikian, di tengah maraknya pilihan aplikasi bank digital yang tersedia, loyalitas nasabah menjadi tantangan tersendiri bagi para penyedia layanan. Nasabah, khususnya dari kalangan mahasiswa, sangat mudah berpindah ke platform lain apabila aplikasi yang mereka gunakan dirasa menyulitkan atau tidak memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan (*ease of use*) bukan lagi sekedar nilai tambah, melainkan telah menjadi faktor penentu dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pengguna.

Kondisi tersebut memiliki keterkaitan erat dengan kerangka teoritis Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Teori ini mengemukakan bahwa dua konstruk utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) merupakan dua faktor utama yang menentukan penerimaan seseorang terhadap suatu teknologi. Dalam konteks perbankan digital, semakin mudah sebuah aplikasi dioperasikan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk terus menggunakannya secara konsisten, yang pada akhirnya bermuara pada terbentuknya loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah (2020) menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, kualitas layanan, dan *word of mouth* terhadap minat penggunaan mobile banking pada nasabah BRI KC Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 60 responden dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Sementara itu, kemudahan penggunaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, sedangkan kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan, serta *word of mouth* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan serta kualitas layanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan mobile banking.

Novelty penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif melalui studi literatur untuk menyintesis berbagai temuan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan loyalitas nasabah mahasiswa pengguna aplikasi bank digital. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel secara empiris menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kemudahan penggunaan membentuk loyalitas mahasiswa melalui analisis dan integrasi berbagai hasil penelitian yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dalam memperkaya kajian mengenai loyalitas pengguna bank digital dari perspektif sintesis literatur.

Berdasarkan latar belakang, kesenjangan penelitian (*research gap*) dan kebaruan penelitian (*novelty*) yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tingkat kemudahan penggunaan aplikasi bank digital dipersepsikan oleh nasabah mahasiswa serta bagaimana persepsi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas nasabah mahasiswa di era perbankan digital.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui studi literatur. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis dan menyintesis berbagai hasil penelitian terdahulu mengenai persepsi kemudahan penggunaan aplikasi bank digital serta hubungannya dengan loyalitas nasabah mahasiswa. Penelitian kualitatif melalui studi literatur memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif berdasarkan temuan-temuan penelitian yang telah dipublikasikan.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah berbagai hasil penelitian terdahulu yang membahas persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*/PEOU) dan loyalitas nasabah pada aplikasi bank digital, khususnya dalam konteks mahasiswa. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, berasal dari jurnal ilmiah, buku, serta sumber akademik lain yang kredibel dan dipublikasikan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, kecuali referensi teori yang bersifat mendasar.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dengan menelaah berbagai jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi dan keterkaitannya dengan pembahasan mengenai persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*/PEOU) dan loyalitas nasabah pada aplikasi bank digital.

Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi serta mengelompokkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data yang telah terkumpul disajikan secara sistematis untuk memudahkan proses

interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola, tema, dan hubungan yang ditemukan dari berbagai hasil penelitian terdahulu yang telah dianalisis melalui kajian literatur.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan temuan dari berbagai jurnal ilmiah, buku, dan referensi akademik yang membahas topik serupa. Proses triangulasi dilakukan dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan temuan dari setiap sumber, kemudian mensintesis informasi yang memiliki keterkaitan sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEOU*) dan loyalitas nasabah pada aplikasi bank digital.

3. Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Adopsi Aplikasi Bank Digital di Kalangan Mahasiswa

Perbankan digital mengalami pertumbuhan pesat di pasar berkembang seperti Indonesia, dengan generasi muda dan mahasiswa sebagai segmen paling potensial karena kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan teknologi. Kelompok usia produktif ini sangat tertarik pada kepraktisan akses lewat ponsel pintar, fitur transaksi yang instan, serta sistem pembuatan rekening yang cepat secara daring. Sebagai kelompok yang melek digital, keputusan mereka untuk mengadopsi platform keuangan ini umumnya sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti rekomendasi dari keluarga, teman sebaya, ataupun edukasi langsung dari pihak perbankan (Raihan Akbar, 2023).

Menurut Puteri et al. (2024) mahasiswa merupakan kelompok pemuda dinamis yang mendominasi penggunaan bank digital karena mereka selalu mencari layanan keuangan yang serba praktis, instan, dan efisien. Di era Revolusi Industri 4.0 ini, kecenderungan perilaku mahasiswa dalam memilih platform perbankan digital dibandingkan bank konvensional sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman finansial dan kecakapan teknologi yang mereka miliki. Mahasiswa yang dibekali dengan literasi digital yang tinggi terbukti jauh lebih cepat beradaptasi, merasa aman terhadap risiko siber, serta percaya diri dalam mengoperasikan fitur-fitur kompleks pada aplikasi seluler. Di samping itu, tingkat literasi keuangan yang baik membantu mereka secara rasional dalam mengevaluasi manfaat produk, seperti kepraktisan fitur transfer dana serta efisiensi biaya administrasi yang ditawarkan oleh bank digital.

Minat Generasi Z dalam mengadopsi platform perbankan digital di Indonesia sangat ditentukan oleh aspek visual dan kemudahan operasional aplikasi. Pengalaman pertama saat berinteraksi dengan desain antarmuka (*UI design*) terbukti menjadi faktor paling dominan yang memicu ketertarikan mereka, karena hal ini berkaitan langsung dengan kenyamanan penggunaan (*usability*). Di sisi lain, kelengkapan fitur produk justru tidak menjadi daya tarik utama bagi Gen Z. Mereka menganggap bahwa fitur-fitur dasar yang ditawarkan oleh bank digital saat ini cenderung serupa dan belum memiliki keunikan inovatif yang membedakannya secara signifikan dari aplikasi milik perbankan konvensional (Putra & Ginting, 2022).

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). PEOU didefinisikan sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar, sedangkan PU menggambarkan keyakinan bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerja atau efektivitas pengguna.

Seiring perkembangan teknologi digital, model TAM terus dikembangkan, salah satunya melalui TAM 3 yang diperkenalkan oleh Venkatesh dan Bala (2008, dalam Hidayat & Kharismaputra, 2025) mengembangkan TAM menjadi TAM 3. Model tersebut memperkuat peran persepsi kemudahan penggunaan sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi niat dan perilaku penggunaan teknologi melalui berbagai faktor yang berkaitan dengan karakteristik individu dan pengalaman pengguna.

Hidayat & Kharismaputra (2025) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berperan signifikan dalam mendorong adopsi teknologi karena sistem yang mudah dipahami, memiliki antarmuka yang sederhana, serta tidak memerlukan pelatihan yang kompleks akan lebih mudah diterima oleh pengguna. Selain meningkatkan penggunaan teknologi, kemudahan penggunaan juga mampu membangun kepercayaan diri digital (*digital confidence*) sehingga mendorong penggunaan teknologi secara berkelanjutan. Dalam konteks aplikasi bank digital, kemudahan penggunaan menjadi faktor penting karena mahasiswa cenderung memilih aplikasi yang praktis, mudah dipelajari, dan dapat digunakan secara efisien untuk mendukung aktivitas transaksi sehari-hari.

Hubungan Kemudahan Penggunaan dan Loyalitas Nasabah Mahasiswa Berdasarkan Kajian Literatur

Padila (2025) menegaskan bahwa kemudahan penggunaan layanan digital perbankan memegang peranan krusial sebagai determinan utama yang secara positif dan signifikan meningkatkan loyalitas nasabah. Dari perspektif teori perilaku konsumen, aplikasi perbankan digital yang dirancang secara sederhana, ramah pengguna, serta mudah dipahami akan meminimalkan kompleksitas operasional sehingga mempercepat tingkat penerimaan teknologi baru oleh masyarakat. Ketika nasabah—termasuk kelompok mahasiswa yang mengutamakan kepraktisan—merasakan konfirmasi pengalaman yang efisien dan bebas hambatan dalam menunjang transaksi keuangan harian, maka akan terbangun kepuasan yang berkelanjutan. Pengalaman positif yang dirasakan secara konsisten inilah yang pada akhirnya menumbuhkan komitmen jangka panjang atau loyalitas, sehingga mendorong mereka untuk tetap setia menggunakan layanan perbankan tersebut.

Kajian literatur secara konsisten menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan *Perceived Ease of Use* (PEOU) merupakan salah satu konstruksi utama yang digunakan untuk menguji sekaligus menilai bagaimana pengguna menerima suatu teknologi tertentu. Dalam penerapannya, variabel kemudahan penggunaan ini dapat diukur melalui lima indikator utama, yaitu mudah dimengerti, tidak menyita waktu, mudah digunakan, fleksibel, serta memberikan kemudahan dalam membandingkan produk. Ketika operasional sebuah situs atau aplikasi dirasa mudah oleh pengguna, mereka akan menjadi lebih mahir dan dapat mengoperasikannya tanpa kesulitan (Widhiawara & Soesanto, 2020). Ketika sebuah sistem digital dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan mudah dipahami, pengguna akan lebih termotivasi untuk menggunakannya secara aktif meskipun tanpa melalui program pelatihan formal. Oleh karena itu, aspek kemudahan operasional ini sering kali menjadi faktor penentu utama yang mendominasi keputusan seseorang dalam mengadopsi suatu teknologi baru. Sihotang et al. (2025) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan ini bertindak sebagai prediktor kunci yang secara signifikan memengaruhi kepercayaan, kepuasan pengguna, hingga niat penggunaan berkelanjutan. Ketika sebuah aplikasi memiliki tampilan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami, hal tersebut akan meningkatkan kenyamanan pengguna, yang pada akhirnya mendorong penggunaan berulang dan memperkuat loyalitas jangka panjang nasabah terhadap layanan digital tersebut. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Ariningsih et al. (2022) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan faktor kepercayaan (*trust*) berpengaruh signifikan dalam meningkatkan niat nasabah untuk menggunakan layanan keuangan digital. Aplikasi yang mudah dioperasikan dapat menekan risiko transaksi, sehingga kombinasi antara kemudahan sistem, kualitas layanan, dan kepercayaan menjadi kunci utama dalam membangun loyalitas pengguna.

Berdasarkan sintesis penelitian terdahulu, mekanisme pengaruh PEOU terhadap loyalitas dapat dijelaskan melalui dua jalur yang saling melengkapi. Pertama, melalui habituasi penggunaan: ketika sebuah aplikasi dinilai mudah digunakan, pengguna akan secara natural mengembangkan kebiasaan penggunaan yang kuat. Kebiasaan ini menciptakan inersia kognitif — kecenderungan untuk tetap menggunakan platform yang sudah dikenal daripada harus mempelajari antarmuka baru — yang pada akhirnya berwujud sebagai loyalitas perilaku. Kedua, melalui mediasi kepuasan, yaitu ketika kemudahan penggunaan meningkatkan kepuasan pengguna yang selanjutnya berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas nasabah. Penelitian Adrian Putra et al. (2025) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna merupakan indikator krusial dalam menilai kualitas layanan bank digital, yang diukur menggunakan metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) berdasarkan dimensi konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, dan ketepatan waktu.

Berdasarkan sintesis penelitian terdahulu, pengaruh PEOU terhadap loyalitas bersifat asimetris: dampak penurunan kemudahan penggunaan (pengalaman negatif) jauh lebih kuat dalam menggerus loyalitas dibandingkan dampak peningkatan kemudahan dalam membangunnya. Indriyani et al. (2025) menjelaskan bahwa celah pengalaman kurang optimal pada layanan perbankan digital umumnya terletak pada aspek emosional (*hedonic*) dan tantangan keamanan sistem. Meskipun aspek fungsional dinilai sangat baik, dimensi *stimulation* (daya tarik emosional) cenderung memperoleh skor terendah, disusul oleh aspek *attractiveness* (estetika visual) dan *novelty* (kebaruan inovasi) yang dinilai belum menonjol di pasar digital. Selain itu, potensi pengalaman negatif nasabah secara umum dipicu oleh alur sistem yang kompleks, serta risiko eksternal seperti ancaman keamanan siber berupa *phishing* dan maraknya aplikasi berbahaya (APK) yang mengancam privasi data pengguna.

Dimensi Kemudahan Penggunaan yang Paling Dominan Mempengaruhi Loyalitas

Berdasarkan sintesis dari seluruh kajian literatur yang ditelaah, terdapat lima dimensi kemudahan penggunaan yang secara konsisten muncul sebagai prediktor terkuat loyalitas nasabah mahasiswa pada aplikasi bank digital.

Desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) memegang peranan krusial dalam menentukan keberhasilan aplikasi digital di sektor pendidikan. Perancangan UI/UX yang kurang optimal terbukti dapat menghambat efektivitas sistem serta menurunkan motivasi belajar siswa maupun mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh temuan Paendong et al. (2025) yang mengidentifikasi bahwa kelompok pengguna mahasiswa memiliki batas toleransi navigasi yang rendah, di mana mereka akan meninggalkan aplikasi yang memerlukan

lebih dari empat langkah untuk menyelesaikan satu transaksi standar. Oleh karena itu, penyederhanaan sistem melalui navigasi yang mudah menjadi sangat penting, sebab data menunjukkan bahwa 80% pengguna secara nyata lebih memilih tampilan aplikasi yang bersih dengan navigasi yang mudah dibandingkan dengan aplikasi yang memiliki desain kompleks serta membingungkan.

Dimensi kedua adalah keandalan dan kecepatan sistem. Latensi tinggi dan gangguan sistem merupakan pembunuh loyalitas paling efektif di kalangan mahasiswa. Menurut Hidayah et al. (2025) faktor kemudahan penggunaan, kualitas layanan, dan kecepatan transaksi terbukti memiliki hubungan positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi digital. Meskipun sebagian besar responden mengapresiasi efisiensi proses transaksi seperti transfer antarbank dan pembayaran tagihan, stabilitas sistem masih menghadapi tantangan berupa penurunan waktu respons aplikasi, terutama pada jam-jam sibuk. Keluhan mengenai waktu respons dan gangguan teknis ini menunjukkan bahwa aspek kecepatan operasional sangat memengaruhi kenyamanan pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian Wicaksono & Titin Kristiana (2026) yang menetapkan bahwa ambang batas toleransi pengguna digital terhadap waktu tunggu semakin menurun seiring meningkatnya kebiasaan menggunakan aplikasi berkecepatan tinggi.

Dimensi ketiga adalah Implementasi fitur *Customer on Boarding* (COB) pada era perbankan digital terbukti mampu memotong birokrasi pembukaan rekening tradisional. Nasabah dapat melakukan pendaftaran secara mandiri dan fleksibel dari mana saja dengan alur verifikasi data diri digital yang cepat, sehingga rekening dapat langsung digunakan untuk bertransaksi. Namun, Isyraq et al. (2025) mengingatkan bahwa optimalisasi *onboarding* digital ini harus diiringi dengan kesiapan infrastruktur, sebab kendala eksternal seperti ketergantungan pada stabilitas internet serta gangguan teknis berupa keterlambatan kode OTP berpotensi menurunkan kepuasan dan persepsi kemudahan penggunaan sistem oleh nasabah baru.

Dimensi keempat adalah aksesibilitas fitur-fitur inti. Fitur yang paling sering digunakan mahasiswa — transfer, pembayaran tagihan kampus/kos, top-up e-wallet, dan pengecekan saldo — harus dapat diakses langsung dari halaman utama tanpa navigasi menu yang dalam. Paendong et al. (2025) menunjukkan bahwa aplikasi yang menempatkan fitur inti pada maksimum dua ketukan dari layar utama memiliki skor kepuasan pengguna mahasiswa yang secara signifikan lebih tinggi. Konsep *thumb-zone optimization* dalam desain UI mobile — penempatan elemen interaktif pada area yang paling mudah dijangkau jempol satu tangan — menjadi semakin relevan mengingat mayoritas mahasiswa mengoperasikan *smartphone* dengan satu tangan.

Dimensi kelima Jaminan keamanan data dan kemudahan transaksi merupakan faktor utama yang paling dicari oleh pengguna dalam ekosistem perbankan digital. Tursinah et al. (2024) menggarisbawahi bahwa sistem perbankan seluler pada dasarnya dikembangkan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi, namun harus tetap menjamin keamanan serta kerahasiaan informasi sensitif nasabah guna menghindari risiko kejahatan siber. Ketika penyedia layanan mampu mengintegrasikan sistem keamanan yang kuat—seperti enkripsi dan kontrol akses—tanpa mengorbankan pengalaman pengguna (*user experience*) yang menuntut kecepatan serta kepraktisan, hal tersebut secara signifikan dapat menurunkan rasa cemas pengguna. Sinergi yang seimbang antara proteksi data yang andal dan kemudahan operasional ini terbukti menjadi pilar krusial dalam membangun kepercayaan, yang pada akhirnya mengoptimalkan retensi serta loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

Peran Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi: Sintesis Literatur

Berdasarkan sintesis terhadap berbagai penelitian terdahulu yang ditelaah, hubungan antara *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan loyalitas nasabah tidak selalu bersifat langsung. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pengaruh PEOU terhadap loyalitas cenderung terjadi melalui peningkatan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, pembahasan pada sub-bab ini tidak didasarkan pada pengujian mediasi secara empiris dalam penelitian ini, melainkan merupakan hasil sintesis dari temuan-temuan penelitian terdahulu (Adrian Putra et al., 2025).

Peningkatan kepuasan nasabah dalam ekosistem perbankan digital sangat ditentukan oleh keberhasilan perusahaan dalam menghadirkan inovasi layanan yang solutif. Sejalan dengan hal tersebut, Susilawaty & Nicola (2020) melalui penelitiannya pada pengguna layanan digital PT Bank Central Asia, Tbk (Bank BCA) menemukan bahwa inovasi perbankan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah. Penyediaan fitur-fitur modern yang dirancang untuk memprioritaskan kemudahan serta kecepatan bertransaksi tanpa harus datang ke kantor cabang terbukti secara nyata mampu memenuhi ekspektasi pengguna dan menjadi pilar penting bagi perbankan untuk mempertahankan basis nasabahnya di tengah ketatnya persaingan teknologi.

Kepuasan dalam konteks ini merujuk pada evaluasi kognitif-afektif yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi awal pengguna terhadap aplikasi dan pengalaman aktual yang dirasakan selama proses penggunaan Adrian Putra et al. (2025) mengidentifikasi adanya kepuasan estetika (terhadap desain visual), kepuasan sosial (fitur-fitur yang mendukung gaya hidup dan identitas digital mahasiswa), serta kepuasan ekonomi (manfaat finansial seperti cashback, bunga tabungan kompetitif, dan bebas biaya administrasi). Ketiga

dimensi kepuasan ini secara bersama-sama membentuk “kepuasan holistik” yang menjadi prediktor terkuat loyalitas jangka panjang di kalangan mahasiswa pengguna bank digital.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa strategi peningkatan loyalitas tidak cukup hanya berfokus pada penyederhanaan antarmuka semata, tetapi harus mencakup desain pengalaman pengguna secara menyeluruh yang menargetkan ketiga dimensi kepuasan tersebut. Bank digital yang berhasil mengintegrasikan kemudahan penggunaan dengan nilai-nilai yang relevan bagi identitas dan aspirasi mahasiswa akan memiliki keunggulan kompetitif yang jauh lebih berkelanjutan dibandingkan yang hanya berfokus pada aspek teknis aplikasinya.

Analisis Komparatif: BCA Mobile, Livin' by Mandiri, BRImo, dan SeaBank

Kajian komparatif terhadap empat aplikasi bank digital yang paling banyak digunakan mahasiswa mengungkapkan perbedaan yang cukup signifikan dalam hal profil kemudahan penggunaan yang dirasakan. Analisis ini penting untuk memahami bagaimana diferensiasi kemudahan penggunaan diterjemahkan menjadi perbedaan loyalitas di antara pengguna mahasiswa.

Keunggulan performa dan reputasi keandalan sistem perbankan digital merupakan fondasi krusial yang secara efektif mampu mempertahankan loyalitas nasabah dalam jangka panjang di tengah ketatnya persaingan industri. Sejalan dengan hal tersebut, Sania Eka Yanti et al. (2024) mengkonfirmasi bahwa mayoritas masif transaksi nasabah PT. Bank Central Asia (BCA) kini telah beralih dan dilakukan melalui kanal digital, sebuah pencapaian yang membuktikan tingginya tingkat kepercayaan pengguna terhadap stabilitas, fleksibilitas, dan kecepatan sistem *mobile banking* mereka. Konsistensi kualitas layanan digital ini, yang ditopang kuat oleh dimensi jaminan keamanan (*assurance*) seperti fitur *two-factor authentication*, terbukti secara signifikan mendorong kepuasan nasabah serta menciptakan keunggulan kompetitif yang kokoh bagi perusahaan. Melalui pemenuhan ekspektasi yang andal dan berkelanjutan, pengalaman positif yang dirasakan oleh nasabah pada akhirnya berkonversi menjadi loyalitas yang kuat, sehingga mereka tetap setia menggunakan produk perbankan tersebut dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain meskipun kompetitor baru terus bermunculan.

Livin' by Mandiri dinilai sukses merepresentasikan upaya perbankan nasional dalam memacu minat serta mempercepat adopsi teknologi keuangan digital di kalangan nasabah. Berdasarkan analisis kepuasan pengguna yang dilakukan oleh Ainur Rahman et al. (2025) menggunakan *framework* PIECES, aplikasi ini mencatatkan tingkat kepuasan keseluruhan yang tinggi dan masuk dalam kategori sangat memuaskan. Penilaian positif tersebut didukung secara signifikan oleh performa operasional aplikasi yang dinilai andal karena terbukti minim hambatan, memiliki tampilan fitur yang presisi sesuai perintah nasabah, serta mampu mempercepat penyelesaian transaksi secara signifikan. Reputasi kualitas layanan yang mumpuni juga kian menegaskan keandalan sistemnya dalam memberikan pengalaman bertransaksi secara fleksibel, sehingga secara nyata berhasil menumbuhkan respons positif dan loyalitas di mata pengguna.

BRImo mendapatkan apresiasi khusus untuk kemudahan proses onboarding dan inklusivitasnya. Dengan jaringan BRI yang paling luas di Indonesia, termasuk di daerah pedesaan, BRImo menjadi pilihan utama bagi mahasiswa yang berasal dari latar belakang keluarga yang sebelumnya menggunakan layanan BRI secara konvensional. Kemudahan pembukaan rekening digital tanpa biaya administrasi menjadi faktor penarik yang kuat, sementara program Ceria (kredit tanpa agunan digital) menambah relevansi fungsional bagi segmen mahasiswa yang memiliki kebutuhan pinjaman jangka pendek.

Aplikasi SeaBank, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian Herman et al. (2025) pada jurnal tersebut, dinilai sukses membangun reputasi yang kuat di masyarakat berkat keunggulan performa operasionalnya yang sangat mudah, cepat, dan efisien saat digunakan untuk bertransaksi. Keandalan sistem ini dibuktikan oleh dominasi ulasan bermakna positif dari para pengguna di Google Play Store yang sangat mengapresiasi kemudahan proses transfer serta kebijakan bebas biaya admin alias gratis yang ditawarkan aplikasi. Meskipun demikian, jurnal ini juga mencatat adanya sentimen negatif dari sebagian kecil pengguna terkait kendala teknis pada sistem, seperti masalah sinkronisasi saldo yang lambat, kegagalan saat masuk atau login, serta hambatan saat proses registrasi akun. Secara keseluruhan, keunggulan performa sistem SeaBank ini teruji secara ilmiah melalui model pembelajaran mesin *Support Vector Machine* yang terbukti memiliki performa paling superior dan akurat dalam mengklasifikasikan kepuasan pengguna dibandingkan dengan metode pengujian lainnya.

Analisis komparatif ini mengkonfirmasi bahwa tidak ada satu aplikasi pun yang unggul di semua dimensi kemudahan penggunaan secara bersamaan. Hal ini mencerminkan kompleksitas konstruk PEOU dalam konteks perbankan digital dan mengindikasikan bahwa riset dan pengembangan produk yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang segmen pengguna spesifik — bukan desain generik — merupakan kunci diferensiasi yang berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis literatur dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki peran yang sangat krusial dan signifikan dalam membentuk serta mempertahankan loyalitas nasabah dari kalangan mahasiswa pada aplikasi

bank digital. Hubungan ini berjalan melalui dua jalur utama, yaitu jalur langsung melalui habituasi penggunaan sistem dan jalur tidak langsung yang dimediasi secara kuat oleh kepuasan nasabah secara holistik yang mencakup aspek fungsional, estetika, sosial, serta ekonomi. Sintesis data menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa secara dominan dipengaruhi oleh integrasi berbagai dimensi kemudahan, mulai dari kemudahan navigasi antarmuka, keandalan dan kecepatan respon sistem, kemudahan proses onboarding, aksesibilitas fitur-fitur inti pada halaman utama, hingga adanya keseimbangan yang optimal antara sistem keamanan dan kemudahan akses. Di sisi lain, penelitian ini menemukan adanya fenomena asimetri pengalaman negatif (negative experience asymmetry), di mana satu kali kegagalan sistem atau pengalaman navigasi yang buruk jauh lebih cepat menghancurkan loyalitas dan memicu perilaku perpindahan platform (switching behavior) pada mahasiswa dibandingkan pengalaman positif dalam membangunnya.

Sebagai saran dan implikasi praktis, industri perbankan digital direkomendasikan untuk tidak hanya fokus pada perlombaan menambah fitur-fitur baru, melainkan harus memprioritaskan manajemen risiko pengalaman pengguna (UX risk management). Pihak manajemen bank digital perlu memastikan stabilitas sistem guna meminimalisir latensi, menyederhanakan alur transaksi maksimal hingga dua ketukan untuk fitur-fitur inti, serta mengimplementasikan teknologi autentikasi biometrik yang aman namun instan demi menjaga retensi nasabah mahasiswa di tengah ekosistem pasar yang sangat kompetitif.

Daftar Pustaka

- Adrian Putra, C., Natasia Tanujaya, C., Selvi Anggraini, D., Anggraini, D., Putra Laksana, R., Arjuna Utara No, J., Kepa, D., Kebun Jeruk, K., & Barat, J. (2025). EVALUASI KEPUASAN PENGGUNA BANK DIGITAL PADA MAHASISWA: PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNA DAN AKSEBILITAS LAYANAN. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 9, Number 5).
- Ainur Rahman, M., Dian Safira, R., Nur Khofifah, S., Fajrul Islam, M., Maulidia, I., & Dellia, P. (2025). ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI LIVIN BY MANDIRI MENGGUNAKAN METODE PIECES. In *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika* (Vol. 9, Number 4).
- Ariningsih, E. P., Wijayanti, W., & Prasaja, M. G. (2022). Intention to Use E-wallet Dilihat dari Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, dan Trust. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 227. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.916>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Herman, S., Nugraha Nurilahi, R., Fathi, H., & Artikel ABSTRAK Histori Artikel, I. (2025). Sentiment Analisis Ulasan Aplikasi Seabank Untuk Menilai Tingkat Kepuasan Pengguna. *JURNAL REKAYASA INFORMATIKA (JRIT)*, 2(1), 26–35.
- Hidayah, F., Kunaifi, A., Amin, W., Abrar, H., & Alan Nur Rifqi, M. (2025). ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP LAYANAN DIGITAL BYOND BY BSI SIDOARJO GATEWAY DALAM MEMPERMUDAH TRANSAKSI. <https://jurnalalkhairat.org/ojs/index.php/prospeks>
- Hidayat, F., & Kharismaputra, A. P. (2025). Evaluasi Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan terhadap Penggunaan PILAM dan E-Jurnal Menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Adopsi Teknologi Dan Sistem Informasi (ATASI)*, 4(2). <https://doi.org/10.30872/atasi.v4i2.3576>
- Indriyani, D., Reghina Ilma Maulani, M., Alfia Syifa, M., Informasi, S., Komputer, I., Pamulang, U., & Tangerang Selatan, K. (2025). ANALISIS USER EXPERIENCE APLIKASI MY BCA MENGGUNAKAN METODE USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE (UEQ+) DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU PENGGUNA 1. *Journal.Jci.Co.Id/Jisbt*, 1(4). <https://journal.jci.co.id/jisbt>
- Isyraq, A., Chairunisa, R., Tompul, B., Yupiani, L., Agustin, D., & Prayogi, T. (2025). Analisis Kemudahan Penggunaan Fitur Customer on Boarding pada Aplikasi Muamalat DIN di PT Bank Muamalat Cabang Pekanbaru. In *Journal of Economics and Business Research* (Vol. 4, Number 2).
- Mahmudah, R. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*.
- Padila, C. (2025). Pengaruh Digitalisasi Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Konvensional di Indonesia. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* (Vol. 01, Number 1). <https://jurnal.samudrailmu.com/index.php/jebi>
- Paendong, I., Lelemboto, J., Yusupa, A., & Tarigan, V. (2025). OPTIMALISASI UI/UX DALAM APLIKASI MOBILE: STRATEGI MENINGKATKAN PENGALAMAN DAN KETERLIBATAN PENGGUNA OPTIMIZATION OF UI/UX IN MOBILE APPLICATIONS: STRATEGIES TO ENHANCE USER EXPERIENCE AND ENGAGEMENT. *VARIABLE RESEARCH JOURNAL*, 02.

- Puteri, A. M., Inanda, I., Prasetyo, R., & Bagus Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Digital di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen JUPIMAN*, 3(4), 16–25.
- Putra, I. G. W., & Ginting, J. A. (2022). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Aplikasi Bank Digital di Indonesia. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 306–318. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Raihan Akbar, M. (2023). Perkembangan yang Pesat dan Tantangan yang Dihadapi oleh Perbankan Digital di Indonesia. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking*, 4(2), 95–111.
- Sania Eka Yanti, Tombang Daulat Ni Roha Harianja, Agung Wirakusuma, & Mohamad Zein Saleh. (2024). Analisis Kualitas Layanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA). *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(4), 19–26. <https://doi.org/10.55606/makreju.v2i4.3415>
- Sihotang, A. W., Sianturi, E. C., Sitio, G. O., & Theresa, M. (2025). Kemudahan Penggunaan Sebagai Strategi Digital Banking: Analisis Literatur Tentang Perceived Ease Of Use Pada Aplikasi Wondr By BNI. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 11(2). <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/>
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmm.v19i2.2478>
- Tursinah, M., Fasa, M. I., & Susanto, is. (2024). PT. Media Akademik Publisher. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*, 2(11), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Wicaksono, B., & Titin Kristiana. (2026). Analisis Tingkat Usability Aplikasi Mobile Banking Berdasarkan Metode Webuse. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 5(2), 232–242. <https://doi.org/10.51903/9egzmi73>
- Widhiaswara, I. A., & Soesanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gofood Di Kota Semarang): XIX (Number 2).