COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting
Volume 8 Nomor 4, Tahun 2025
e-ISSN : 2597-5234

THE INFLUENCE OF SECURITY, TRUST, AND EASE OF USE ON CUSTOMER LOYALTY IN USING BRIMO INTERNET BANKING WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE

PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING BRIMO DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Amelia[1], M.Rifki Bakhtiar[2]
Universitas AKI Semarang[1,2]
ameliapaska20@gmail.com[1]

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of security, trust, and ease of use on customer loyalty in using BRImo internet banking services, with customer satisfaction serving as a mediating variable. The research employs a quantitative approach with a descriptive-verificative design, involving 180 active BRImo users who have sufficient experience in digital transactions. Data were collected through a structured questionnaire using a 5-point Likert scale and analyzed using multiple regression and Sobel test to examine mediation effects. The results show that all three independent variables—security, trust, and ease of use—have a positive and significant effect on customer satisfaction. In turn, customer satisfaction significantly influences customer loyalty. Moreover, satisfaction acts as a significant mediator in the relationship between security and ease of use on loyalty. However, in the relationship between trust and loyalty, satisfaction does not act as a strong mediator, as trust has a dominant direct effect. These findings highlight the critical role of enhancing digital experience through security, convenience, and trust in fostering customer loyalty in the era of digital banking transformation.
Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Loyalty, BRImo*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan internet banking BRImo, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-verifikatif, melibatkan 180 responden pengguna aktif aplikasi BRImo yang memiliki pengalaman dalam transaksi digital. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan regresi berganda serta uji Sobel untuk menguji efek mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen—keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan—berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, variabel kepuasan juga terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas. Namun, pada hubungan antara kepercayaan dan loyalitas, kepuasan tidak memediasi secara kuat, karena kepercayaan memiliki pengaruh langsung yang dominan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan pengalaman digital melalui aspek keamanan, kemudahan, dan kepercayaan untuk membangun loyalitas nasabah dalam era transformasi perbankan digital.
Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, BRImo

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan pesat era digital, layanan perbankan berbasis teknologi telah menjadi kebutuhan esensial bagi masyarakat. Internet banking muncul sebagai solusi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan dengan lebih cepat, efisien, dan aman. Salah satu layanan internet banking yang banyak digunakan di Indonesia adalah BRIMO, aplikasi mobile banking milik Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRIMO merupakan versi terbaru dari aplikasi BRI Mobile dirilis pada Februari 2019 sebagai bentuk pengembangan dari versi sebelumnya. Sejak peluncurannya, aplikasi ini berhasil menjangkau sekitar

2,2 juta pengguna dan mencatat volume transaksi yang signifikan, yakni sebesar Rp1,16 triliun sepanjang tahun 2019 (Y. Sari et al., 2024).

Aplikasi BRImo menyediakan beragam layanan, seperti pengiriman dana, pembayaran berbagai tagihan, serta pembelian pulsa dan produk digital lainnya. Kehadiran aplikasi ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dan efisiensi bagi nasabah dalam mengakses layanan perbankan secara praktis (P. E. S. Putri, 2024). Menurut Y. Sari et al (2024), aplikasi ini menyediakan beragam fitur perbankan digital yang mempermudah nasabah dalam bertransaksi, seperti login menggunakan face recognition dan sidik jari, top up GoPay, pembayaran melalui QR, cek saldo, riwayat transaksi, transfer dana, pengisian e-wallet, serta berbagai fitur menarik lainnya. Setiap transaksi juga dapat dilakukan dengan memilih sumber dana dari rekening Giro atau Tabungan (Bank BRI, 2024).

Namun, keberhasilan layanan internet banking tidak hanya ditentukan oleh fitur yang ditawarkan. Faktor seperti keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan juga memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pengguna.

Di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah menjadi salah satu strategi kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Bank tidak hanya dituntut untuk menarik nasabah baru, tetapi juga untuk membina kepuasan dan kepercayaan yang dapat mendorong terbentuknya loyalitas. Menurut Ahmadi (2024) loyalitas nasabah merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh pelaku usaha di bidang perbankan. Nasabah yang merasa puas dan tetap setia cenderung akan menyebarkan informasi positif yang pada akhirnya memberikan dampak yang menguntungkan bagi bank tersebut. Loyalitas konsumen atau nasabah memiliki peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan, loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen dan kepercayaan pelanggan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pihak perbankan (Mansyur et al., 2024). Menurut Istiqomah et al (2024), loyalitas nasabah menjadi tujuan utama bagi setiap perusahaan perbankan karena memberikan dampak jangka panjang yang signifikan terhadap peningkatan keuntungan perusahaan.

Kepuasaan nasabah menurut Paniroi et al (2024), merupakan faktor krusial bagi keberlanjutan dan perkembangan sebuah bank. Layanan mobile banking memberikan kemudahan yang belum pernah ada sebelumnya dalam mengelola transaksi keuangan, memungkinkan nasabah mengakses berbagai layanan perbankan kapan saja dan di mana saja hanya melalui perangkat seluler mereka. Menurut Sukmara et al (2024) kepuasan nasabah adalah reaksi yang timbul dari perbandingan antara harapan awal nasabah terhadap suatu layanan dengan kinerja nyata yang mereka rasakan setelah menggunakannya. Menurut Sari et al (2024) Kepuasan nasabah dapat tercapai salah satunya melalui penyediaan layanan yang berkualitas dari pihak bank. Untuk itu, bank perlu memberikan pelayanan sesuai dengan standar atau pedoman yang telah ditentukan, sehingga mampu memberikan layanan secara optimal dan menciptakan kepuasan bagi nasabah.

Selain itu, keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan adalah tiga hal penting dalam layanan perbankan digital. Ketiga hal ini membantu menciptakan pengalaman yang nyaman dan aman bagi nasabah. Menurut

Kholid & Soemarso (2018), keamanan merupakan salah satu aspek krusial dalam sistem informasi perbankan. Sistem keamanan e-banking dirancang untuk mencegah, menangani, dan melindungi berbagai sistem informasi dari risiko terjadinya tindakan ilegal. Aurora et al (2025), menyatakan bahwa keamanan merujuk pada pandangan nasabah mengenai kemampuan bank dalam menjaga informasi pribadi yang diperoleh dari transaksi elektronik agar tidak diakses oleh pihak yang tidak memiliki izin. Keamanan dalam transaksi elektronik memberikan rasa percaya kepada nasabah bahwa data pribadinya tetap terlindungi saat melakukan transaksi melalui mobile banking.

Menurut Putra, Sedana Widhya & Lasmi (2024), persepsi terhadap kepercayaan merupakan aspek krusial yang dipertimbangkan oleh nasabah saat menggunakan layanan mobile banking. Ketika nasabah sudah memiliki kepercayaan terhadap layanan tersebut, hal ini akan berdampak pada meningkatnya minat mereka untuk menggunakannya. Menurut Kholid & Soemarso (2018), konsep kepercayaan ini mengacu pada keyakinan nasabah terhadap kemampuan bank dalam menjaga keamanan serta kerahasiaan akun mereka. Menurut (Bakhtiar et al., 2022) kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam penggunaan internet banking dalam transaksi perbankan, seiring maraknya kejahatan internet seperti pembobolan akun (account hacking). Kepercayaan di sini mengacu pada keyakinan nasabah bahwa pihak bank mampu menjaga keamanan serta kerahasiaan akun mereka.

Menurut Rumuar & Nugroho (2024), kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi informasi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Menurut Kholid & Soemarso (2018), kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana pengguna meyakini bahwa suatu teknologi atau sistem dapat dioperasikan dengan mudah. Aspek ini juga menjadi salah satu indikator penilaian konsumen terhadap suatu produk.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan berbagai variasi temuan mengenai bagaimana keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Penelitian menurut Sari et al (2024), persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo. Hal ini diperkuat oleh penelitian Amalia & Hastriana (2022), menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan temuan sebelumnya, menurut Nurdin et al (2020), keamanan tidak berpengaruh secara signifikan maupun positif terhadap kepuasan nasabah.

Kepercayaan timbul dari proses yang lama (Bakhtiar & Sunarka, 2019). Penelitian menurut Mandiri et al (2021), kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Claudia et al (2018), secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian oleh Rahayu & Widiati (2024), kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Utama (2020), kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan

nasabah. Sebaliknya, penelitian oleh Adela (2020), kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut menunjukkan hasil yang bertentangan.

Penelitian menurut Santalia et al (2024), keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Putri (2024), keamanan berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya penelitian oleh Astutik (2024), menjelaskan bahwa keamanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Aspek keamanan perlu ditingkatkan agar dapat memperkuat loyalitas nasabah. Penelitian menurut Izzi et al (2024), kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian oleh Salsabiila (2024), menemukan bahwa kepercayaan nasabah tidak berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah. Menurut Rustika & Waluyo (2024), kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Meskipun demikian, penelitian oleh Lestari (2021), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian menurut Pottu & Bakhtiar (2024), kepuasan nasabah memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting bagi Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam penggunaan BRIMO. Meskipun BRIMO menawarkan kemudahan, keamanan, dan beragam fitur digital, loyalitas nasabah tetap dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang dirasakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul "Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRIMO dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening."

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kualitatif untuk menguji hubungan antara variabel independen (pengetahuan, kemampuan, dan kemudahan penggunaan), variabel mediasi (dukungan nasabah, dan loyalitas nasabah), dan variabel dependen (loyalitas nasabah). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap fenomena yang diamati. Penelitian kualitatif ini berfokus pada pengaruh pengetahuan, kemampuan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah dalam perbankan internet BRImo.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen mencakup keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan, yang diasumsikan memengaruhi variabel dependen, yaitu kepuasan dan loyalitas nasabah. Keamanan menggambarkan perlindungan terhadap data pribadi dan sistem informasi; kepercayaan mencerminkan keyakinan nasabah terhadap integritas dan kemampuan bank; serta kemudahan penggunaan

mengacu pada seberapa mudah layanan digunakan oleh nasabah. Sementara itu, kepuasan nasabah timbul dari kesesuaian antara harapan dan layanan yang diterima, dan loyalitas mencerminkan komitmen nasabah untuk terus menggunakan layanan perbankan secara konsisten. Hubungan antar variabel ini menjadi fokus utama dalam mengukur efektivitas layanan digital perbankan.

Populasi Data dan Sampel Penelitian

Studi ini berfokus pada populasi bank BRI di Indonesia yang menggunakan BRImo sebagai layanan internet banking. Populasi dianalisis menggunakan pengambilan sampel bertujuan, memastikan responden memenuhi kriteria tertentu seperti penggunaan, intensitas penggunaan, dan reaktivitas. Ukuran sampel dihitung menggunakan metode Slovin dengan margin kesalahan 5%. Untuk menentukan ukuran sampel, margin kesalahan dihitung menggunakan metode Slovin.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data bersifat kuantitatif adalah data kuesiner dalam bentuk angka dan didapatkan langsung dari responden pengguna aplikasi BRImo. Sumber data utama adalah nasabah pengguna aktif BRImo, memiliki pengalaman cukup.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi penggunaan data primer, dan Sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari objek penelitian seperti Kuesioner, dan observasi, memberikan informasi yang sesuai dengan persyaratan penelitian. Survei ini menggunakan aplikasi BRImo untuk mengumpulkan data dari responden, dengan fokus pada pengalaman, preferensi, dan loyalitas mereka.

Tabel 1. Skala Pengukuran Jawaban Alternatif Penelitian pada Angket (Likert Skala)

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Stringer et al (2025) mendefinisikan data sekunder sebagai data non-pengambilan yang diperoleh dari studi, dokumen, laporan, atau publikasi publik lainnya yang merangkum dan meringkas data sebelumnya.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25 untuk menguji pengaruh simultan beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji terlebih dahulu guna memastikan kualitas data, di mana reliabilitas diukur melalui nilai Cronbach Alpha dan validitas berdasarkan perbandingan nilai *r hitung* dan *r tabel*. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas untuk menjamin kelayakan model regresi. Uji hipotesis dilakukan melalui uji F (simultan), uji t (parsial), serta koefisien determinasi (R^2 dan Adjusted R^2) untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel. Selain itu, digunakan analisis jalur untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel, serta uji Sobel guna menguji peran mediasi dalam model hubungan kausal yang dikembangkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	54	30%
Perempuan	126	70%
Total	**180**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 3. Karakteristik berdasarkan usia

Umur	Frekuensi	Persentase
17 - 26	159	88,3%
27 - 36	17	9,4%
37 - 46	3	1,7%
46 - 56	1	0,6%
57 tahun keatas	0	0%
Total	**180**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 4. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA/Sedejarat	98	54,4%
Diploma/D3	6	3,3%
Sarjana/S1	73	40,6%
Magister/S2	2	1,1%
Doktor/S3	1	0,6%
Total	**180**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 5. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	131	72,8%
Pegawai Negeri	9	5%
Pegawai Swasta	19	10,6%
Wirausaha	4	2,2%
Lainnya	17	9,4%
Total	**180**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 6. Karakteristik berdasarkan lama penggunaan

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase
< 1 Tahun	62	34,4%
1 – 3 Tahun	91	50,6%
4 – 6 Tahun	24	13,3%
> 7 Tahun	3	1,7%
Total	**180**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Analisis Deskriptif

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1

No	Indikator variabel Keamanan (X1)	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	**Keamanan Sistem:** Saya merasa bahwa sistem keamanan pada aplikasi BRImo dapat diandalkan.	3	9	27	74	67	180
2	**Kepastian akan keamanan layanan:** Aplikasi BRImo menjamin keamanan dan kerahasiaan setiap transaksi yang saya lakukan.	2	2	22	89	65	180
3	**Menjamin keamanan dan kerahasiaan:** Aplikasi BRImo menjamin keamanan dan kerahasiaan setiap transaksi yang saya lakukan.	4	3	17	89	67	180
4	**Informasi pribadi dijamin dan dilindungi:** Saya percaya bahwa informasi pribadi saya dilindungi dengan baik saat menggunakan	3	8	22	73	74	180

	aplikasi BRImo.						
5	**Tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi pelanggan:** Saya yakin bahwa aplikasi BRImo tidak akan menyalahgunakan informasi pribadi saya.	1	7	25	78	69	180

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap lima pernyataan pada variabel keamanan (X1), mayoritas responden menunjukkan sikap setuju hingga sangat setuju terhadap aspek keamanan yang ditawarkan oleh aplikasi BRImo. Hal ini mencakup keyakinan terhadap sistem keamanan aplikasi, kepastian perlindungan layanan, jaminan kerahasiaan data, perlindungan informasi pribadi, serta keyakinan bahwa aplikasi tidak menyalahgunakan data pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan responden memiliki persepsi positif terhadap tingkat keamanan penggunaan aplikasi BRImo.

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2

No	Indikator Variabel Kepercayaan (X2)	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	**Dapat dipercaya:**Saya merasa bahwa aplikasi BRImo dapat dipercaya dalam melakukan transaksi perbankan	3	3	18	87	69	180
2	**Percaya terhadap keamanan bank:** Saya yakin bahwa aplikasi BRImo memiliki sistem keamanan yang kuat untuk melindungi transaksi saya.	1	9	24	74	72	180
3	**Percaya terhadap kerahasiaan bank:** Saya ragu bahwa aplikasi BRImo dapat menjaga kerahasiaan informasi pribadi dan keuangan saya.	16	42	36	51	34	180
4	**Keandalan :** Menurut saya, aplikasi BRImo merupakan aplikasi yang andal untuk digunakan kapan saja.	2	7	15	77	79	180
5	**Tidak memilik resiko yang tinggi:** Saya merasa bahwa menggunakan aplikasi BRImo memiliki risiko tinggi terhadap keamanan saya.	15	32	44	49	40	180

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tanggapan responden terhadap lima pernyataan dalam variabel kepercayaan (X2), mayoritas responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa aplikasi BRImo dapat dipercaya dalam menjalankan transaksi perbankan, memiliki sistem keamanan yang kuat, menjaga kerahasiaan informasi pribadi, serta dapat diandalkan kapan saja. Meskipun terdapat sebagian responden yang bersikap netral hingga tidak setuju, secara keseluruhan hasil menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap BRImo cukup tinggi, termasuk dalam persepsi terhadap risiko keamanan yang rendah.

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3

No	Indikator Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	**Kemudahan :**Saya merasa bahwa aplikasi BRImo mudah digunakan, bahkan bagi pengguna baru.	3	1	9	69	98	180
2	**Fasilitas :** Fasilitas yang tersedia dalam aplikasi BRImo lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.	1	2	15	78	84	180
3	**Kecepatan proses :**Saya merasa bahwa proses transaksi di aplikasi BRImo berjalan dengan cepat dan efisien.	2	1	16	72	89	180
4	**Proses login :**Proses login ke aplikasi BRImo mudah dan tidak memakan waktu lama.	1	5	24	66	84	180
5	**Website :**Saya merasa bahwa aplikasi BRImo lebih praktis dibandingkan menggunakan layanan website BRI.	3	0	25	76	76	180

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap lima pernyataan dalam variabel fitur dan layanan (X3), mayoritas responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa aplikasi BRImo mudah digunakan, menyediakan fitur yang lengkap, mendukung transaksi yang cepat dan efisien, memiliki proses login yang praktis, serta lebih unggul secara kepraktisan dibandingkan layanan website BRI. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan responden memiliki persepsi positif terhadap kemudahan dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh BRImo.

Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Z

No	Indikator Variabel Kepuasan Nasabah (Z)	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	**Pengalaman bertransaksi:** Saya merasa memiliki pengalaman yang baik saat bertransaksi melalui aplikasi BRImo.	1	2	16	80	81	180
2	**Kepuasan bertransaksi :** Saya tidak puas menggunakan aplikasi BRImo dalam melakukan transaksi perbankan.	39	56	18	32	35	180
3	**Rekomendasi kepada orang lain:** Saya akan merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain.	3	1	32	81	63	180
4	**Keseluruhan baik :** Secara keseluruhan, saya menilai aplikasi BRImo sebagai layanan yang memuaskan.	1	2	17	84	76	180

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tanggapan responden terhadap empat pernyataan dalam variabel kepuasan nasabah (Z), mayoritas responden menunjukkan sikap setuju hingga sangat setuju bahwa mereka memiliki pengalaman positif saat menggunakan aplikasi BRImo, merasa puas dalam melakukan transaksi, bersedia merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain, dan menilai BRImo sebagai layanan perbankan digital yang memuaskan secara keseluruhan. Meskipun terdapat sebagian responden yang menyatakan ketidakpuasan, secara umum hasil

menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap BRImo tergolong tinggi.

Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y

No	Indikator Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	**Nasabah akan melakukan transaksi ulang di waktu mendatang :** Saya akan melakukan transaksi kembali menggunakan aplikasi BRImo di masa mendatang.	2	2	30	73	73	180
2	**Nasabah akan merekomendasikan pelayanan bank kepada pihak lain :** Saya akan merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain.	4	1	36	79	60	180
3	**Nasabah tidak akan pindah dari bank jika ada bank lain yang menawarkan fasilitas yang sama :** Saya mempertimbangkan untuk beralih ke aplikasi bank lain jika mereka menawarkan fasilitas serupa.	4	18	61	55	42	180
4	**Nasabah akan membicarakan hal hal positif kepada pihak lain :** Saya akan membagikan pengalaman positif saya tentang aplikasi BRImo kepada orang lain.	5	1	24	87	63	180

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tanggapan responden terhadap empat pernyataan dalam variabel loyalitas nasabah (Y), mayoritas responden menyatakan setuju hingga sangat setuju bahwa mereka akan terus menggunakan aplikasi BRImo untuk transaksi di masa mendatang, bersedia merekomendasikannya kepada orang lain, dan cenderung membagikan pengalaman positif mereka. Meskipun terdapat sebagian responden yang bersikap netral atau mempertimbangkan beralih ke aplikasi lain jika ditawarkan fasilitas serupa, secara keseluruhan hasil menunjukkan tingkat loyalitas nasabah terhadap BRImo tergolong tinggi.

Analisis Data

Tabel 12. Uji reliabilitas

NO	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Standarisasi	Keterangan
1	Keamanan (X1)	911	0,6	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	685	0,6	Reliabel
3	Kemudahaan Penggunaan (X3)	855	0,6	Reliabel
4	Kepuasan Nasabah (Z)	595	0,6	Reliabel
5	Loyalitas Nasabah (Y)	758	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Setiap indikator dalam setiap variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,60, yang menunjukkan bahwa semua variabel ini memenuhi kriteria reliabilitas.

Tabel 13. Uji Validitas

No	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
	Keamanan (X1)			
	X1.1	0,881	0,1463	Valid
	X1.2	0,888	0,1463	Valid
	X1.3	0,888	0,1463	Valid
	X1.4	0,876	0,1463	Valid
	X1.5	0,771	0,1463	Valid
	Kepercayaan (X2)			
	X2.1	0,695	0,1463	Valid
	X2.2	0,718	0,1463	Valid
	X2.3	0,682	0,1463	Valid
	X2.4	0,607	0,1463	Valid

X2.5	0,683	0,1463	Valid
Kemudahaan Penggunaan (X3)			
X3.1	0,803	0,1463	Valid
X3.2	0,759	0,1463	Valid
X3.3	0,808	0,1463	Valid
X3.4	0,793	0,1463	Valid
X3.5	0,820	0,1463	Valid
Kepuasan Nasabah (Z)			
Z1	0,609	0,1463	Valid
Z2	0,691	0,1463	Valid
Z3	0,773	0,1463	Valid
Z4	0,756	0,1463	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)			
Y1	0,795	0,1463	Valid
Y2	0,827	0,1463	Valid
Y3	0,624	0,1463	Valid
Y4	0,834	0,1463	Valid

Data menunjukkan bahwa indikator dengan Hitung > 0,1463 mengindikasikan bahwa semua indikator valid, seperti yang ditunjukkan dalam tabel.

Tujuan uji normalitas adalah untuk memastikan apakah residual model regresi berdistribusi normal. Tiga metode digunakan: (1) Uji Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov, yang menunjukkan data normal jika nilai signifikansi > 0,05; (2) Histogram, yang menunjukkan data normal jika pola lonceng; dan (3) Plot Grafik P-P Normal, yang menunjukkan distribusi normal jika titik menyebar mengikuti atau di sekitar garis diagonal, tetapi tidak normal jika pola acak.

Tabel 14. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 1 & 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			180
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.46663533
Most Extreme Differences	Absolute		.064
	Positive		.043
	Negative		-.064
Test Statistic			.064
Asymp. Sig. (2-tailed)			.073[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.434[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.421
		Upper Bound	.447

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

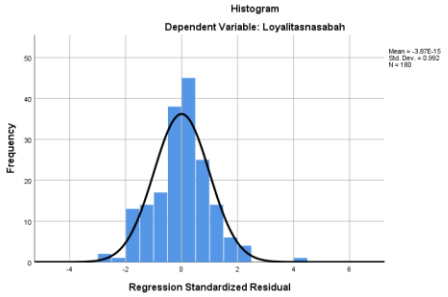
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			180
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.46073518
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.047
	Negative		-.065
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed)			.058[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.394[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.382
		Upper Bound	.407

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 334431365.

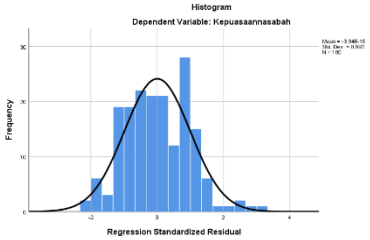
Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan uji di atas, nilai signifikasi Kolomogrov-Sminov di atas didukung oleh perhitungan Monte Carlo pada persamaan 1 sebesar 0,434 dan persamaan 2 sebesar 0,394, yang menunjukkan bahwa nilai lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data di atas sudah terdistribusi normal.

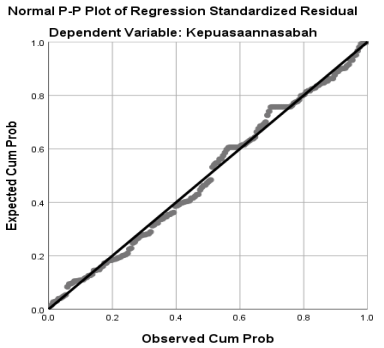


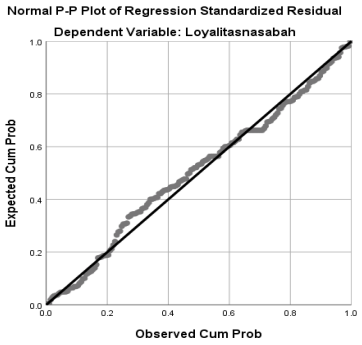
Gambar 1. Histogram persamaan 1 & 2

Pada uji normalitas histogram memberikan pola berdistribusi normal, seperti gambar lonceng pada kedua persamaan.



Gambar 2. Grafik P-P Plot persamaan 1 & 2





Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Pada gambar uji normalitas P-plot terlihat penyebaran titik sesuai dengan garisnya sehingga dapat di simpulkan berdistribusi normal pada kedua persamaan.

Tabel 15. Heterokedastisitas persamaan 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.239	.150		1.598	.112
	Keamanan	-.047	.037	-.130	-1.262	.209
	Kepercayaan	.070	.040	.180	1.743	.083
	Kemudahaanpenggunaan	.016	.038	.038	.422	.673

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Model heterokedastisitas dalam Persamaan 1 menunjukkan hasil yang signifikan untuk variabel keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan, dengan nilai paling signifikan pada variabel keamanan dan kepercayaan.

Tabel 16. Heterokedastisitas persamaan 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.644	.169		3.813	.000
	Keamanan	.023	.041	.057	.553	.581
	Kepercayaan	-.066	.049	-.153	-1.343	.181
	Kemudahaanpenggunaan	-.086	.043	-.180	-1.983	.049
	Kepuasaannasabah	.062	.047	.138	1.317	.190

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Hasil uji heteroskedastisitas pada Persamaan 2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, tetapi variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi terendah sebesar 0,049. Ini menunjukkan bahwa model tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas secara keseluruhan, dan varians residual dapat dianggap sama.

Tabel 17. Uji multikolinearitas persamaan 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	.678	.266		2.549	.012		
	Keamanan	.124	.066	.140	1.895	.060	.521	1.920
	Kepercayaan	.467	.071	.483	6.563	.000	.524	1.908
	Kemudahaanpenggunaan	.208	.068	.195	3.068	.002	.699	1.431

a. Dependent Variable: Kepuasaannasabah

Tabel 18. Uji multikolinearitas persamaan 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	.105	.239		.439	.661		
	Keamanan	.195	.059	.212	3.328	.001	.511	1.959
	Kepercayaan	.145	.070	.145	2.066	.040	.421	2.375
	Kemudahaanpenggunaan	.184	.061	.167	2.996	.003	.663	1.508
	Kepuasaannasabah	.445	.067	.430	6.681	.000	.499	2.005

a. Dependent Variable: Loyalitasnasabah

Karena nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari toleransi 10 dan nilai toleransi masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,10, hasil pengujian persamaan 1 dan 2 di atas menunjukkan bahwa tidak ada nilai multikolineritas antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 19. Uji simultan persamaan 1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.188	3	13.063	58.985	.000[b]
	Residual	38.977	176	.221		
	Total	78.165	179			

a. Dependent Variable: Kepuasaannasabah
b. Predictors: (Constant), Kemudahaanpenggunaan, Kepercayaan, Keamanan

Uji tersebut menemukan bahwa variabel independen kualitas layanan, biaya transaksi, dan efisiensi memiliki dampak signifikan terhadap kinerja bisnis.

Tabel 20. Uji simultan persamaan 2

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.626	3	15.209	70.445	.000[b]
	Residual	37.998	176	.216		
	Total	83.624	179			

a. Dependent Variable: Loyalitasnasabah
b. Predictors: (Constant), Kemudahaanpenggunaan, Kepercayaan, Keamanan

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, biaya transaksi, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 70.445 dengan signifikansi 0,000 < 0,05.

Tabel 21. Uji statistik parsial persamaan 1 & 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.678	.266		2.549	.012
	Keamanan	.124	.066	.140	1.895	.060
	Kepercayaan	.467	.071	.483	6.563	.000
	Kemudahaanpenggunaan	.208	.068	.195	3.068	.002

a. Dependent Variable: Kepuasaannasabah

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.105	.239		.439	.661
	Keamanan	.195	.059	.212	3.328	.001
	Kepercayaan	.145	.070	.145	2.066	.040
	Kemudahaanpenggunaan	.184	.061	.167	2.996	.003
	Kepuasaannasabah	.445	.067	.430	6.681	.000

a. Dependent Variable: Loyalitasnasabah

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan oleh nilai signifikansi < 0,05 dan t hitung > t tabel. Sementara itu, variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilai signifikansi > 0,05 dan t hitung < t tabel. Namun, keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara keseluruhan, sebagian besar variabel independen berkontribusi signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, kecuali variabel keamanan terhadap kepuasan yang tidak signifikan.

Tabel 22. Uji koefisien determinasi persamaan 1 & 2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708[a]	.501	.493	.47060

a. Predictors: (Constant), Kemudahaanpenggunaan, Kepercayaan, Keamanan

b. Dependent Variable: Kepuasaannasabah

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739[a]	.546	.538	.46465

a. Predictors: (Constant), Kemudahaanpenggunaan, Kepercayaan, Keamanan

b. Dependent Variable: Loyalitasnasabah

Berdasarkan hasil analisis, nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa pada persamaan 1, variabel keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan menjelaskan 49,3% variasi kepuasan nasabah pengguna BRImo, sedangkan 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Pada persamaan 2, variabel keamanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah memberikan kontribusi sebesar 53,8% terhadap loyalitas nasabah, sementara sisanya sebesar 46,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tabel 23. Model regresi persamaan 1

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.678	.266		2.549	.012
	Keamanan	.124	.066	.140	1.895	.060
	Kepercayaan	.467	.071	.483	6.563	.000
	Kemudahaanpenggunaan	.208	.068	.195	3.068	.002

a. Dependent Variable: Kepuasaannasabah

Persamaan:

$$Z = 0{,}678 + 0{,}124 + 0{,}467 + 0{,}208 + e1$$

Analisis regresi menunjukkan bahwa konstanta sebesar 0,678 mengindikasikan efek positif dari tiga variabel independen, yaitu pengetahuan, efisiensi, dan kemudahan penggunaan, terhadap kinerja sistem.

Tabel 24. Model regresi persamaan 2

Coefficients[a]

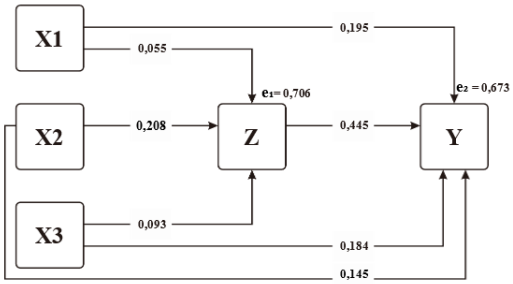
Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.105	.239		.439	.661
	Keamanan	.195	.059	.212	3.328	.001
	Kepercayaan	.145	.070	.145	2.066	.040
	Kemudahaanpenggunaan	.184	.061	.167	2.996	.003
	Kepuasaannasabah	.445	.067	.430	6.681	.000

a. Dependent Variable: Loyalitasnasabah

Persamaan:

$$Y = \text{-}0{,}105 + 0{,}195 + \text{-}\,0{,}145 + 0{,}184 + 0{,}445 + e2$$

Analisis regresi menunjukkan bahwa konstanta sebesar 0,105 mewakili loyalitas terhadap perusahaan pada semua variabel independen, dengan semua variabel memiliki koefisien positif, berkontribusi terhadap pertumbuhan loyalitas.



Gambar 3. Diagram Jalur

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh langsung sebesar 0,195 terhadap loyalitas dan 0,055 terhadap kepuasan nasabah; variabel kepercayaan berpengaruh sebesar 0,145 terhadap loyalitas dan 0,208 terhadap kepuasan; sedangkan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh sebesar 0,184 terhadap loyalitas dan 0,093 terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, variabel kepuasan nasabah sendiri memberikan pengaruh paling besar terhadap loyalitas, yaitu sebesar 0,445, dengan nilai error e_1 sebesar 0,706 dan e_2 sebesar 0,673 pada masing-masing jalur.

Tabel 25. Sobet Test

No	Variabel	t_{hitung}		t_{tabel}	Keterangan
1	X1 → Z→ Y	1,807	<	1,97	Tidak mampu memediasi
2	X2 → Z → Y	4,724	>	1,97	Mampu memediasi
3	X3 → Z → Y	2,788	>	1,97	Mampu memediasi

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (p = 0,060 > 0,05), mendukung temuan Maharani et al. (2024) bahwa keamanan dianggap fitur dasar, bukan penentu kepuasan.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (p = 0,000), memperkuat hasil Revani et al. (2025) bahwa kepercayaan meningkatkan rasa aman dan kenyamanan dalam bertransaksi.
3. Kemudahan penggunaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (p = 0,002), sejalan dengan Rahmadanti & Hasanah (2024), di mana kemudahan akses meningkatkan kepuasan pengguna layanan digital.
4. Keamanan terbukti signifikan terhadap loyalitas nasabah (p = 0,001), mendukung penelitian Santalia et al. (2024) bahwa semakin tinggi keamanan, semakin besar kecenderungan loyalitas.
5. Kepercayaan juga signifikan terhadap loyalitas (p = 0,040), sejalan dengan Ramdani et al. (2024) yang menyatakan kepercayaan membentuk loyalitas jangka panjang.
6. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (p = 0,003), mendukung Citrawardhani (2024) bahwa kemudahan mendorong kesetiaan pengguna.
7. Kepuasan nasabah berpengaruh sangat signifikan terhadap loyalitas (p = 0,000), memperkuat Kharisma & Nurdin (2024) bahwa kepuasan mendorong penggunaan berkelanjutan.
8. Keamanan berperan sebagai mediator dalam hubungan kepuasan dan loyalitas (t = 1,807), menunjukkan keamanan memperkuat efek kepuasan terhadap loyalitas.
9. Kepercayaan juga menjadi mediator signifikan dalam hubungan kepuasan dan loyalitas (t = 4,724), mempertegas pentingnya kepercayaan dalam memperkuat loyalitas.
10. Kemudahan penggunaan terbukti memperkuat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas (t = 2,788), menunjukkan bahwa layanan yang mudah digunakan memperbesar efek kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada aplikasi BRImo. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut (keamanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan juga terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas. Variabel kepuasan berperan sebagai mediator signifikan dalam hubungan antara keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas. Namun, dalam hubungan antara kepercayaan dan loyalitas, kepercayaan memiliki pengaruh langsung yang lebih dominan, tanpa perlu melalui kepuasan sebagai mediator. Temuan ini menegaskan bahwa aspek-aspek fungsional dan psikologis dari aplikasi digital perbankan, khususnya BRImo, memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, disarankan agar Bank BRI terus meningkatkan keamanan, membangun kepercayaan, dan mengembangkan fitur yang mudah digunakan untuk mendorong kepuasan serta loyalitas pengguna BRImo. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel seperti kualitas layanan, persepsi risiko, atau nilai manfaat guna memperluas cakupan studi. Sementara itu, bagi kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam kajian digital banking dan pengalaman pelanggan di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi. (2024). *Strategi Bank Syariah dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah melalui Mobile Banking*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Press.

Aisyah, S., & Huda, N. (2024). Pengaruh fitur mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah milenial. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 6(2), 90–105.

Anggraini, F., & Ramadhan, M. A. (2024). Peran e-service quality dalam membentuk loyalitas nasabah bank digital. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 9(1), 55–67.

Ariani, D. W., & Nugroho, B. (2024). Determinan loyalitas nasabah pengguna mobile banking: pendekatan kualitas layanan dan kepercayaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(1), 21–35.

Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2022). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, *6*(3), 156. https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696

Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, *10*(2), 203–218. https://doi.org/10.36694/jimat.v10i2.201

Dewi, L. R., & Lestari, R. P. (2024). Pengaruh kualitas aplikasi mobile banking terhadap loyalitas nasabah bank umum. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 89–101.

Fadillah, N., & Saputra, D. (2024). Trust dan perceived usefulness

sebagai prediktor loyalitas nasabah mobile banking. *Jurnal Ilmu Ekonomi Digital*, 4(1), 33–45.

Fauzi, A., & Munir, R. (2024). Loyalitas pengguna mobile banking: studi pada generasi Z. *Jurnal Psikologi Bisnis*, 6(2), 77–90.

Fitriani, R., & Yusuf, M. (2024). Pengaruh user experience aplikasi mobile banking terhadap retensi nasabah. *Jurnal Sistem Informasi Perbankan*, 8(2), 101–114.

Halim, A., & Wijaya, T. (2024). Kepercayaan dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking sebagai faktor pembentuk loyalitas. *Jurnal Manajemen Perbankan*, 7(2), 60–72.

Hanafi, M., & Azizah, R. (2024). Customer satisfaction dan mobile banking loyalty di bank syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Teknologi*, 5(1), 35–48.

Hasanah, S., & Rahman, A. (2024). Pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah di masa pandemi. *Jurnal Manajemen dan Teknologi Informasi*, 9(1), 70–84.

Hidayat, R., & Safitri, N. (2024). Analisis pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(1), 91–104.

Istiqomah, N., Rahmawati, D., & Sari, R. M. (2024). Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 134–148.

Karim, M. R., & Rachmawati, F. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dalam penggunaan layanan mobile banking. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Finansial*, 8(2), 123–137.

Kholid, M. (2024). *Digitalisasi Perbankan dan Loyalitas Nasabah: Studi pada Generasi Milenial Pengguna Mobile Banking*. Yogyakarta: Deepublish.

Lestari, A. P., & Suharto, D. (2024). Pengaruh kemudahan transaksi dan keamanan pada aplikasi mobile banking terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Digital*, 7(1), 44–58.

Lubis, S. F., & Tanjung, R. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna mobile banking. *Jurnal Keuangan Digital*, 5(2), 95–110.

Mansyur, A., Widodo, H., & Putra, D. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 10(1), 22–34.

Maulana, H. R., & Putri, F. K. (2024). Peran kualitas layanan dan user interface dalam meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi mobile banking. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 9(1), 76–89.

Nugraha, B. R., & Amelia, N. D. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 8(1), 59–73.

Paniroi, D., Utami, L., & Nugroho, R. (2024). Peran user experience dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna mobile banking. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 8(1), 55–69.

Pottu, V. M., & Bakhtiar, M. R. (2024). Faktor-Faktor Anteseden Loyalitas Dengan Customer

Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, *12*(4), 301–312. https://doi.org/10.26418/ejme.v12i4.82837

Putri, P. E. S. (2024). Analisis loyalitas nasabah mobile banking berdasarkan kepuasan pengguna aplikasi. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(1), 88–97.

Rahmah, H., & Syamsudin, A. (2024). Loyalitas pengguna mobile banking: peran kepercayaan dan keamanan data. *Jurnal Manajemen Keuangan Digital*, 6(2), 102–116.

Ramadhani, F., & Damanik, T. (2024). Kualitas pelayanan aplikasi mobile banking dan loyalitas pelanggan bank umum. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 99–112.

Rizki, M. F., & Zulfikar, T. (2024). Hubungan antara kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah mobile banking. *Jurnal Teknologi Informasi Perbankan*, 5(1), 66–79.

Rosyada, T. A., & Hakim, R. (2024). Pengaruh digital experience terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking. *Jurnal Manajemen Digital*, 7(1), 50–63.

Sari, Y., & Dewi, T. R. (2024). Pengaruh kemudahan dan keamanan aplikasi mobile banking terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Digital*, 5(1), 45–60.

Siregar, D. R., & Laila, N. F. (2024). Studi empiris tentang kepuasan dan loyalitas pengguna mobile banking di kota besar Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Digital*, 6(1), 81–94.

Sukmara, I., Wulandari, D., & Arifin, B. (2024). Kualitas layanan digital dan implikasinya terhadap loyalitas nasabah bank di era teknologi. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 7(2), 112–125.

Susanti, M., & Fauzan, R. (2024). Pengaruh teknologi informasi perbankan terhadap loyalitas nasabah generasi milenial. *Jurnal Teknologi Keuangan dan Perbankan*, 4(2), 72–85.

Utami, S., & Yuliana, D. (2024). Loyalitas nasabah dalam era digital: peran kepercayaan dan kepuasan pengguna mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 100–115.

Wahyuni, R., & Prasetya, T. (2024). Pengaruh kualitas layanan aplikasi mobile banking terhadap loyalitas nasabah bank swasta nasional. *Jurnal Manajemen Keuangan dan Digitalisasi*, 6(2), 117–130.

Yusuf, A., & Raharjo, E. (2024). Kepercayaan dan kenyamanan sebagai penentu loyalitas nasabah pengguna mobile banking. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan Digital*, 5(2), 83–97.