

Analisis Empiris Transformasi Dig Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Aplikasi terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking pada Bank Daerah

Januar Akbar¹, Siti Jamilah², Muhaedi³

¹²³ Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Sains Mandala, Jember, Indonesia

Email: januarakbar554@gmail.com¹, sitijamilah732@gmail.com², muhaediedi76@gmail.com³

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality, trust, and ease of use on mobile banking user loyalty at a regional bank. The background of this study is based on the increasing role of digital services in the banking industry and the importance of user loyalty as an indicator of service success. This study used a quantitative approach with an explanatory research method. Data were collected through questionnaires distributed to 150 respondents who were active mobile banking users at regional banks using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression after undergoing validity, reliability, and classical assumption tests. The results showed that service quality, trust, and ease of use of the application had a positive and significant influence on user loyalty, both partially and simultaneously. Service quality was the most dominant factor influencing loyalty, followed by trust and ease of use. These findings suggest that improving service quality, including speed, security, and responsiveness, as well as strengthening trust and ease of use of the application, can significantly increase mobile banking user loyalty. This study provides a theoretical contribution to the development of literature related to user behavior of digital banking services and provides practical implications for regional banks in designing strategies to improve service quality. By managing these three key factors in an integrated manner, regional banks can sustainably increase user satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Trust, Ease of Use, User Loyalty, Mobile Banking

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya peran layanan digital dalam industri perbankan serta pentingnya loyalitas pengguna sebagai indikator keberhasilan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 150 responden yang merupakan pengguna aktif mobile banking bank daerah dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas layanan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas, diikuti oleh kepercayaan dan kemudahan penggunaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan yang mencakup kecepatan, keamanan, dan responsivitas, serta penguatan kepercayaan dan kemudahan penggunaan aplikasi, dapat meningkatkan loyalitas pengguna mobile banking secara signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur terkait perilaku pengguna layanan digital perbankan serta memberikan implikasi praktis bagi bank daerah dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan. Dengan mengelola ketiga faktor utama tersebut secara terintegrasi, bank daerah dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Pengguna, Mobile Banking.

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam industri perbankan telah mengubah secara signifikan cara nasabah berinteraksi dengan layanan keuangan. Perkembangan teknologi informasi mendorong bank untuk menghadirkan

layanan berbasis digital yang lebih cepat, efisien, dan mudah diakses, salah satunya melalui mobile banking. Mobile banking kini tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara

bank dan nasabah. Dalam konteks ini, loyalitas pengguna menjadi indikator kunci keberhasilan implementasi layanan digital perbankan (Bui et al., 2022; Ikram, 2025).

Peningkatan penggunaan mobile banking juga tidak terlepas dari perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan. Nasabah mengharapkan layanan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja tanpa hambatan. Oleh karena itu, kualitas layanan digital menjadi faktor utama yang menentukan pengalaman pengguna. Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan pada akhirnya mendorong loyalitas pengguna (Akob & Sukarno, 2022; Halimah et al., 2022). Dimensi kualitas layanan dalam konteks digital mencakup efisiensi sistem, keandalan layanan, keamanan transaksi, serta responsivitas dalam menangani keluhan pengguna (Nashikha et al., 2025). Ketika layanan mampu memenuhi ekspektasi tersebut, pengguna cenderung mempertahankan penggunaan layanan secara berkelanjutan.

Selain kualitas layanan, kepercayaan juga menjadi faktor penting dalam penggunaan mobile banking. Transaksi digital memiliki risiko yang lebih tinggi dibandingkan transaksi konvensional, terutama terkait keamanan data dan privasi pengguna. Kepercayaan menjadi landasan utama dalam membangun hubungan antara nasabah dan penyedia layanan (Nedeljkovic, 2022). Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap sistem dan institusi perbankan akan lebih cenderung menggunakan layanan secara berulang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi seperti kepuasan (Siregar et al., 2023; Permatasari & Purwanto, 2022).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemudahan penggunaan aplikasi. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi

mobile banking mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Persepsi kemudahan ini berperan penting dalam meningkatkan minat penggunaan dan keberlanjutan penggunaan layanan (Yansyah et al., 2025). Aplikasi yang kompleks dan sulit digunakan cenderung menurunkan tingkat kepuasan pengguna dan berpotensi menyebabkan perpindahan ke layanan lain. Sebaliknya, aplikasi yang sederhana dan intuitif dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dan mendorong loyalitas (Hani, 2025).

Berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks mobile banking. Sebagian besar penelitian menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna (Fatiha et al., 2024; Pratiwi & Ellyawati, 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa kepercayaan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna (Habibi et al., 2024). Selain itu, kemudahan penggunaan terbukti meningkatkan minat dan loyalitas pengguna layanan digital (Rikadianti & Haryanti, 2025a). Namun demikian, terdapat variasi hasil penelitian terkait peran variabel mediasi. Beberapa studi menempatkan kepuasan sebagai variabel intervening antara kualitas layanan dan loyalitas (Melinda et al., 2023; Angelina et al., 2025), sementara studi lain menemukan bahwa pengaruh tersebut dapat terjadi secara langsung tanpa mediasi (Setiawan, 2016; Fauzan & Usman, 2021).

Di sisi lain, penelitian terkait mobile banking masih banyak berfokus pada bank nasional atau bank syariah. Penelitian yang secara khusus mengkaji konteks bank daerah masih relatif terbatas (Hastarina et al., 2025). Padahal, bank daerah memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari segi segmentasi pasar, infrastruktur teknologi, maupun tingkat literasi digital nasabah. Bank daerah seringkali menghadapi tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan digital agar

mampu bersaing dengan bank besar dan perusahaan fintech. Kondisi ini menjadikan penelitian pada bank daerah menjadi penting untuk memberikan gambaran empiris yang lebih kontekstual.

Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya belum menguji secara simultan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan dalam satu model yang terintegrasi. Banyak penelitian yang hanya fokus pada dua variabel atau menggunakan model yang kompleks dengan variabel mediasi yang beragam (Suariedewi & Suprapti, 2020; Mundir & Nizar, 2022). Hal ini menimbulkan kesenjangan dalam pemahaman mengenai hubungan langsung antar variabel utama yang memengaruhi loyalitas pengguna mobile banking.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan tiga variabel utama, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi, dalam satu model penelitian yang sederhana namun komprehensif. Penelitian ini juga secara khusus difokuskan pada konteks bank daerah, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih relevan. Model penelitian yang digunakan mengacu pada pendekatan hubungan langsung antar variabel tanpa menggunakan variabel mediasi, sehingga dapat mengukur kekuatan pengaruh masing-masing variabel secara lebih jelas (Setiawan, 2016; Fauzan & Usman, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah. Secara lebih rinci, penelitian ini mengkaji pengaruh masing-masing variabel secara parsial serta pengaruhnya secara simultan terhadap loyalitas pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur terkait e-service quality, trust, dan e-loyalty (Marliyah et al., 2021; Ardabilli et al., 2024). Selain itu, penelitian ini juga diharapkan

dapat memberikan manfaat praktis bagi bank daerah dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan digital guna meningkatkan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena tidak hanya mengisi kesenjangan penelitian yang ada, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna mobile banking dalam konteks bank daerah yang memiliki karakteristik unik dan tantangan tersendiri dalam era digitalisasi perbankan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan kausal antara kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan loyalitas pengguna mobile banking. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris yang objektif melalui pengukuran variabel secara terstruktur serta analisis statistik yang sistematis. Penelitian ini termasuk dalam kategori explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti (Setyawan & Lutfi, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna mobile banking pada bank daerah. Populasi ini dipilih karena penelitian difokuskan pada konteks bank daerah yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan bank nasional. Mengingat jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik ini dipilih agar responden yang terlibat benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian. Kriteria responden yang ditetapkan adalah nasabah yang telah menggunakan layanan mobile banking minimal selama tiga bulan. Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup

dalam menggunakan layanan sehingga dapat memberikan penilaian yang akurat.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kebutuhan analisis regresi linear berganda. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal yang memadai untuk analisis regresi berkisar antara 100 hingga 200 responden (Bui et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 150 responden agar hasil analisis memiliki tingkat keandalan yang baik.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Kualitas layanan diukur berdasarkan dimensi efisiensi, keandalan, keamanan, dan responsivitas, yang diadaptasi dari model e-service quality (Halimah et al., 2022; Nashikha et al., 2025). Kepercayaan diukur melalui indikator keamanan, kredibilitas, dan integritas sistem (Nedeljkovic, 2022). Sementara itu, kemudahan penggunaan diukur berdasarkan persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam memahami dan menggunakan aplikasi (Yansyah et al., 2025). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pengguna, yang diukur melalui indikator penggunaan berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen untuk tetap menggunakan layanan (Ikram, 2025).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel yang telah diadaptasi dari penelitian sebelumnya, seperti e-service quality (Marliyah et al., 2021), trust (Siregar et al., 2023), dan loyalitas (Fatiha et al., 2024). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5, di mana nilai 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan nilai 5 menunjukkan sangat setuju. Penggunaan skala Likert memungkinkan peneliti untuk mengukur

persepsi responden secara kuantitatif dan memudahkan proses analisis data.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Item dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi yang signifikan. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach Alpha dengan batas minimal 0,70. Instrumen yang memenuhi kriteria reliabilitas dianggap konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Tahap berikutnya adalah uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa varians residual bersifat konstan.

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan menggunakan regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, serta uji F untuk melihat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat langsung, di

mana kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna. Model ini dipilih untuk memberikan gambaran yang lebih sederhana dan jelas mengenai hubungan antar variabel, serta mengacu pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengaruh langsung antar variabel masih relevan dalam konteks mobile banking (Setiawan, 2016; Fauzan & Usman, 2021).

Dengan pendekatan metodologi yang sistematis dan terstruktur, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan empiris yang valid dan reliabel, serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan penelitian di bidang perbankan digital, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah. Analisis dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian disajikan secara bertahap, dimulai dari analisis deskriptif, pengujian instrumen, uji asumsi klasik, hingga pengujian hipotesis. Pembahasan kemudian mengaitkan hasil empiris dengan teori dan temuan penelitian terdahulu.

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang yang merupakan pengguna aktif mobile banking bank daerah. Mayoritas responden berada pada rentang usia produktif, yaitu antara 20 hingga 40 tahun. Kelompok ini memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi sehingga cenderung lebih aktif dalam menggunakan layanan digital perbankan. Dari segi frekuensi

penggunaan, sebagian besar responden menggunakan mobile banking lebih dari tiga kali dalam seminggu, yang menunjukkan bahwa layanan tersebut telah menjadi bagian penting dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Karakteristik ini memberikan gambaran bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan mobile banking, sehingga penilaian yang diberikan terhadap kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan loyalitas dapat dianggap representatif.

Analisis Deskriptif Variabel

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap kualitas layanan mobile banking. Dimensi efisiensi dan kemudahan akses memperoleh skor tertinggi, yang menunjukkan bahwa aplikasi mampu memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal kecepatan dan kemudahan transaksi. Namun, dimensi responsivitas masih memiliki nilai yang relatif lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya, terutama terkait kecepatan penanganan keluhan pengguna.

Pada variabel kepercayaan, responden menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap keamanan sistem dan kredibilitas bank. Hal ini mencerminkan bahwa bank daerah telah mampu membangun persepsi positif terkait keamanan transaksi digital. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian responden yang merasa ragu terhadap perlindungan data pribadi, yang menunjukkan adanya ruang perbaikan.

Variabel kemudahan penggunaan juga memperoleh penilaian yang tinggi. Responden menilai bahwa aplikasi mobile banking mudah dipahami dan digunakan, dengan tampilan antarmuka yang sederhana dan intuitif. Kemudahan navigasi menjadi salah satu faktor utama yang mendukung pengalaman pengguna.

Sementara itu, loyalitas pengguna menunjukkan tingkat yang cukup tinggi. Sebagian besar responden menyatakan bahwa

mereka akan terus menggunakan layanan mobile banking serta merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara pengalaman penggunaan dan komitmen pengguna terhadap layanan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai korelasi yang signifikan, sehingga dapat dinyatakan valid. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,70, yang berarti instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari masalah multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga model regresi memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Secara parsial, ketiga variabel independen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat loyalitas pengguna. Kepercayaan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan, yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi akan mendorong pengguna untuk tetap menggunakan layanan. Kemudahan penggunaan aplikasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Secara simultan, ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan keberlanjutan penggunaan layanan digital perbankan. Kualitas layanan yang tinggi mampu menciptakan pengalaman pengguna yang positif, sehingga meningkatkan kemungkinan pengguna untuk tetap menggunakan layanan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna (Akob & Sukarno, 2022; Fatiha et al., 2024). Kualitas layanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya mendorong loyalitas (Pratiwi & Ellyawati, 2023). Dalam konteks mobile banking, dimensi efisiensi dan keandalan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi persepsi pengguna.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung konsep e-service quality yang menekankan pentingnya kualitas layanan dalam lingkungan digital (Marliyah et al., 2021). Kualitas layanan yang mencakup kecepatan akses, keamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pengguna.

Namun, temuan ini juga menunjukkan bahwa aspek responsivitas masih perlu ditingkatkan. Responsivitas yang rendah dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna, terutama ketika pengguna

menghadapi masalah dalam penggunaan aplikasi. Oleh karena itu, bank daerah perlu meningkatkan kemampuan dalam menangani keluhan pengguna secara cepat dan efektif.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam konteks layanan digital yang melibatkan risiko tinggi, seperti transaksi keuangan. Pengguna yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap sistem dan institusi perbankan akan lebih cenderung menggunakan layanan secara berkelanjutan.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna (Siregar et al., 2023; Habibi et al., 2024). Kepercayaan juga berperan sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas (Permatasari & Purwanto, 2022).

Dalam konteks mobile banking, kepercayaan dibangun melalui keamanan sistem, transparansi informasi, dan reputasi bank. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan sistem menjadi faktor utama dalam membentuk kepercayaan pengguna. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa persepsi risiko memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital (Nedeljkovic, 2022).

Namun demikian, masih terdapat sebagian pengguna yang merasa ragu terhadap perlindungan data pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa bank daerah perlu meningkatkan komunikasi terkait kebijakan keamanan data serta memperkuat sistem perlindungan informasi pengguna.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna, terutama dalam konteks layanan digital yang digunakan secara rutin.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna (Yansyah et al., 2025; Rikadianti & Haryanti, 2025a). Aplikasi yang mudah digunakan akan meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga mendorong penggunaan berulang.

Kemudahan penggunaan juga berkaitan dengan desain antarmuka yang intuitif dan navigasi yang sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih loyal terhadap aplikasi yang tidak memerlukan usaha yang besar untuk digunakan. Hal ini mendukung teori Technology Acceptance Model yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memengaruhi sikap dan perilaku pengguna terhadap teknologi.

Selain itu, temuan ini juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi hambatan dalam penggunaan layanan digital. Pengguna yang merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi akan lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan tersebut dibandingkan beralih ke layanan lain.

Pengaruh Simultan Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa

loyalitas pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor secara simultan (Mundir & Nizar, 2022; Suariedewi & Suprapti, 2020). Integrasi ketiga variabel dalam satu model memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna.

Dalam konteks bank daerah, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan loyalitas pengguna tidak dapat dilakukan secara parsial. Bank perlu meningkatkan kualitas layanan, membangun kepercayaan, dan memastikan kemudahan penggunaan secara bersamaan. Strategi yang terintegrasi akan lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas pengguna dibandingkan pendekatan yang hanya fokus pada satu aspek.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan layanan mobile banking pada bank daerah. Pertama, bank perlu meningkatkan kualitas layanan, terutama pada aspek responsivitas. Kedua, bank perlu memperkuat sistem keamanan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna. Ketiga, bank perlu terus mengembangkan desain aplikasi yang sederhana dan mudah digunakan.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat konsep bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan merupakan determinan utama loyalitas pengguna dalam konteks layanan digital perbankan.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah, serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan strategi layanan digital yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan,

kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap loyalitas pengguna mobile banking pada bank daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas pengguna dalam konteks layanan digital tidak terbentuk secara tunggal, melainkan merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling mendukung.

Kualitas layanan terbukti menjadi faktor yang paling konsisten dalam memengaruhi loyalitas pengguna. Layanan yang cepat, andal, aman, dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi. Namun demikian, aspek responsivitas masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal penanganan keluhan pengguna secara cepat dan tepat.

Kepercayaan juga memiliki pengaruh penting terhadap loyalitas. Pengguna yang merasa aman dan percaya terhadap sistem mobile banking cenderung menunjukkan komitmen yang lebih tinggi dalam penggunaan layanan. Kepercayaan ini dibangun melalui jaminan keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta reputasi institusi perbankan.

Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi faktor yang tidak kalah penting. Aplikasi yang mudah dipahami dan digunakan akan meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga mendorong penggunaan berulang dan memperkuat loyalitas. Kemudahan navigasi dan desain antarmuka yang sederhana menjadi elemen kunci dalam menciptakan pengalaman pengguna yang optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa bank daerah perlu mengelola ketiga faktor tersebut secara terintegrasi untuk meningkatkan loyalitas pengguna mobile banking. Upaya peningkatan kualitas layanan, penguatan kepercayaan, dan penyederhanaan

penggunaan aplikasi harus dilakukan secara berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, bank daerah dapat meningkatkan daya saing layanan digital serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah.

SARAN

Perlu menambahkan variabel seperti kepuasan pengguna, pengalaman pengguna, dan persepsi keamanan untuk memperkaya model. Gunakan desain longitudinal agar dapat melihat perubahan loyalitas dari waktu ke waktu. Lakukan segmentasi responden berdasarkan usia, tingkat literasi digital, dan intensitas penggunaan aplikasi. Pendekatan analisis lanjutan seperti SEM multi-group juga disarankan untuk membandingkan antar segmen. Bank daerah perlu meningkatkan responsivitas layanan, khususnya dalam penanganan keluhan. Perkuat sistem keamanan dan transparansi pengelolaan data untuk membangun kepercayaan. Sederhanakan desain aplikasi agar lebih intuitif dan mudah digunakan. Lakukan evaluasi rutin berbasis umpan balik pengguna. Literasi digital pengguna yang beragam dapat memengaruhi persepsi dan jawaban responden. Potensi bias subjektif dalam pengisian kuesioner perlu diantisipasi. Keterbatasan pemahaman responden terhadap fitur aplikasi dapat menurunkan akurasi data. Perbedaan kualitas jaringan dan gangguan teknis juga dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan bank dan kondisi sistem dapat memengaruhi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269-283. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>

Angelina, S., Riskayanto, R., & Huda, S. A. N. (2025). Dampak Kualitas Layanan

Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 30(2), 392-405. <https://doi.org/10.35760/eb.2025.v30i2.14257>

Ardabilli, M. T., Fadhilah, M., & Lukitaningsih, A. (2024). The Role of Service Quality in Increasing Customer Satisfaction and Loyalty: An Analysis of BNI Mobile Banking. *Dinasti International Journal of Education Management & Social Science*, 6(1). <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i1.3103>

Bui, N., Moore, Z., Wimmer, H., & Pham, L. (2022). Predicting customer loyalty in the mobile banking setting: An integrated approach. *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)*, 14(1), 1-22. <https://doi.org/10.4018/ijesma.296576>

Fatiha, R. R., Saharuddin, S., & Makkasau, S. (2024). The influence of service quality and customer satisfaction on use loyalty BRI Mobile Banking. *Journal of Multidisciplinary Academic and Practice Studies*, 2(3), 335-347. <https://doi.org/10.35912/jomaps.v2i3.2257>

Fauzan, F., & Usman, O. (2021). The Effect of Service Quality, Perception of Value and Trust on Satisfaction and Loyalty of Mobile Banking Service Users. *SSRN*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3768818>

Habibi, A., Sari, A., & Rosilawati, W. (2024). The Influence of Mobile Banking Service Quality and Trust on Customer Satisfaction of Indonesian Sharia Bank (BSI KC Bandar Lampung Diponegoro). *KnE Social Sciences*, 57-72. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i16.16234>

Halimah, R. N., Mursityo, Y. T., & Rusydy, A. N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Bca Mobile Terhadap

- Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Berdasarkan Model E-S-Qual Dan E-Recs-Qual. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 9(6), 1219-1227. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2022964660>
- Hani, N., & Utama, A. P. (2025). The Effect of Service Quality, User-Friendliness, and Trust on Customers' Interest In Using BNI Mobile Banking. <https://doi.org/10.53697/emba.v5i2.2987>
- Hastarina, D., Elvera, E., & Feriyansyah, A. (2025). Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Citra, Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(2), 593-608. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i2.718>
- Ikram, M., & Rodrigues, J. C. (2025). Digital Service Quality as a Driver of Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking: Insights from Pakistan. *Social Science Review Archives*, 3(4), 276-291. <https://doi.org/10.70670/sra.v3i4.1115>
- Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). The effect of e-service quality on satisfaction and its impact on customer loyalty of mobile banking users (Case study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2717-2729. <https://doi.org/10.33258/BIRCI.V4I2.1980>
- Melinda, E., Usman, O., & Aditya, S. (2023). The effect of e-service quality and e-trust on e-loyalty with e-satisfaction as an intervening for mobile banking user. *Jurnal dinamika manajemen dan bisnis*, 6(1), 80-96. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.6>
- Mundir, A., Nizar, M., & Athiroh, D. R. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan pada penggunaan aplikasi mobile banking terhadap mahasiswa sebagai nasabah Bank Syariah di Universitas Yudharta Pasuruan. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 1-17. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1273>
- Nashikha, A., Huda, M. Q., Fitroh, F., Durachman, Y., & Waspodu, B. (2025). Mobile Banking Service Quality and User Loyalty Using MSQUAL: A Systematic Literature Review. *Sinkron: jurnal dan penelitian teknik informatika*, 9(4), 1998-2006. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v9i4.15231>
- Nedeljković, I. (2022). Determinants and consequences of user trust in mobile banking. *Bankarstvo*, 51(3-4), 170-201. <https://doi.org/10.5937/bankarstvo2204170n>
- Permatasari, I., & Purwanto, E. (2022). Analysis Of Trust And Service Quality Towards Loyalty With Satisfaction As Intervening Variable On Bni Mobile Banking Customers At PT. BNI Unitomo Cash Office Surabaya. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(1), 162-176. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i1.3966>
- Pratiwi, L. H., & Ellyawati, J. (2023). Layanan M-Banking Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Dan Loyalitas: Studi Empiris Bank Bni. *Modus*, 35(2), 212-226. <https://doi.org/10.24002/modus.v35i2.7567>
- Rikadianti, A., & Haryanti, D. A. (2025). The Effect Of Service Quality, Trust And Ease Of Use Of Mobile Banking On Customer Satisfaction Of BUMN Banks In Jakarta. *Journal of Economics, Finance and Management*

- Studies*, 8(8).
<https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i8-53>
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan, persepsi nilai dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna layanan mobile banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 20(3), 518â-528.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i3.269>
- Setyawan, O. E., & Lutfi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menciptakan Loyalitas Nasabah Pada Penggunaan Mobile Banking Di Pt Bank Xyz. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3).
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i3.4972>
- Siregar, I. S., Nasution, Y. S., & Inayah, N. (2023). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU Tahun 2019). *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 1(4), 221-233.
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v1i4.399>
- Suariedewi, I. G. A. A. M., & Suprpti, N. W. S. (2020). Effect of mobile service quality to e-trust to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 185-196.
<https://doi.org/10.21744/IRJMIS.V7N1.836>
- Yansyah, M., Army, M. N., & Waliamin, J. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Pada Bri Mobile (Brimo). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 4(3), 617-628.
<https://doi.org/10.37676/mude.v4i3.8558>