



Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi

Parlangitan Siallagan¹, Cecep Taofiqurrochman², Acu Kusnandar³

^{1,2,3}Universitas Ekuitas Indonesia

E-mail: itansiallagan@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2026-01-07 Revised: 2026-02-13 Published: 2026-03-02 Keywords: <i>Mobile Banking;</i> <i>Service Quality;</i> <i>Ease of Use;</i> <i>Transaction Security;</i> <i>Customer Satisfaction;</i> <i>Customer Loyalty.</i>	The rapid development of digital banking services has encouraged Rural Banks (BPR) to enhance mobile banking quality in order to maintain customer loyalty. This study aims to analyze the effect of mobile banking service quality, ease of use, and transaction security on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable at BPR Bank Sinpo. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 110 customers who actively use mobile banking services. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and mediation analysis. The results indicate that mobile banking service quality, ease of use, and transaction security have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, these three variables also have a positive and significant effect on customer loyalty. The mediation analysis confirms that customer satisfaction plays a significant mediating role in the relationship between mobile banking service quality, ease of use, transaction security, and customer loyalty. These findings suggest that improving the quality of mobile banking services, ensuring ease of use, and strengthening transaction security are essential strategies for enhancing customer satisfaction and loyalty in Rural Banks amid increasingly intense competition in the digital banking sector. This study is expected to provide practical insights for BPR management in developing customer-oriented digital banking services.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2026-01-07 Direvisi: 2026-02-13 Dipublikasi: 2026-03-02 Kata kunci: <i>Mobile Banking;</i> <i>Kualitas Layanan;</i> <i>Kemudahan Penggunaan;</i> <i>Keamanan Transaksi;</i> <i>Kepuasan Nasabah;</i> <i>Loyalitas Nasabah.</i>	Perkembangan layanan perbankan digital mendorong Bank Perkreditan Rakyat (BPR) untuk meningkatkan kualitas mobile banking guna mempertahankan loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada BPR Bank Sinpo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 110 nasabah pengguna mobile banking. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil pengujian mediasi membuktikan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan digital yang mudah digunakan dan aman merupakan faktor kunci dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah BPR di tengah persaingan perbankan digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi BPR dalam pengembangan layanan mobile banking yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri perbankan, khususnya melalui pemanfaatan layanan mobile banking sebagai kanal utama interaksi antara bank dan nasabah. Mobile banking memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara cepat, fleksibel, dan real time tanpa harus datang ke

kantor cabang. Dalam beberapa tahun terakhir, digital banking tidak lagi diposisikan sebagai layanan pelengkap, melainkan sebagai strategi inti dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas nasabah (Vives, 2020; Nguyen et al., 2021).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa peningkatan adopsi mobile banking secara global diikuti oleh meningkatnya ekspektasi nasabah

terhadap kualitas layanan digital yang diberikan oleh bank. Nasabah tidak hanya menuntut kecepatan dan ketersediaan layanan, tetapi juga mengharapkan pengalaman digital yang mudah, aman, dan andal (Shaikh & Karjaluto, 2021). Dalam konteks ini, loyalitas nasabah menjadi isu strategis, karena loyalitas tidak hanya berdampak pada keberlanjutan hubungan jangka panjang, tetapi juga berkontribusi terhadap stabilitas pendapatan dan reputasi bank (Rather, 2022).

Salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam layanan mobile banking adalah kualitas layanan. Kualitas layanan mobile banking mencakup keandalan sistem, kemudahan navigasi, kecepatan transaksi, kualitas informasi, serta responsivitas bank dalam menangani keluhan nasabah. Penelitian oleh Tam dan Oliveira (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. Temuan serupa juga disampaikan oleh Al-Hawari et al. (2021), yang menyatakan bahwa kualitas layanan berbasis teknologi menjadi determinan utama dalam membentuk persepsi positif dan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Selain kualitas layanan, kemudahan penggunaan (*ease of use*) merupakan faktor penting dalam keberhasilan implementasi mobile banking. Konsep kemudahan penggunaan banyak dikaji dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan akan meningkatkan penerimaan teknologi serta kepuasan pengguna (Davis, 1989; diadaptasi dalam konteks perbankan digital oleh Rahi et al., 2021). Studi empiris terbaru menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan niat penggunaan berkelanjutan layanan mobile banking (Farah et al., 2022; Susanto et al., 2023).

Kemudahan penggunaan menjadi semakin krusial bagi bank yang melayani segmen nasabah dengan tingkat literasi digital yang beragam, seperti Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Nasabah BPR umumnya berasal dari komunitas lokal dengan karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda dibandingkan nasabah bank umum. Oleh karena itu, aplikasi mobile banking yang kompleks dan tidak *user-friendly* berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas nasabah (Putra & Lestari, 2022). Penelitian oleh Wibowo dan Rahmawati (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi perbankan digital memiliki pengaruh langsung terhadap

kepuasan nasabah BPR, yang selanjutnya berdampak pada loyalitas.

Di samping kualitas layanan dan kemudahan penggunaan, keamanan transaksi menjadi faktor krusial dalam layanan mobile banking. Tingginya risiko kejahatan siber, seperti pencurian data, phishing, dan penyalahgunaan akun, membuat nasabah semakin sensitif terhadap aspek keamanan layanan digital. Persepsi keamanan yang rendah dapat menghambat penggunaan mobile banking dan menurunkan kepercayaan terhadap bank (Kumar et al., 2021). Penelitian oleh Oliveira et al. (2022) menunjukkan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, terutama dalam layanan keuangan berbasis digital.

Lebih lanjut, Kim et al. (2023) menegaskan bahwa keamanan transaksi tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan teknis, tetapi juga sebagai elemen psikologis yang membentuk rasa aman dan kepercayaan nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa data pribadi dan dananya terlindungi dengan baik, maka kepuasan dan kecenderungan untuk tetap menggunakan layanan akan meningkat. Sebaliknya, persepsi risiko yang tinggi dapat mendorong nasabah untuk beralih ke bank lain yang dianggap lebih aman (Sudirman et al., 2023).

Berbagai penelitian lima tahun terakhir menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah sering kali tidak bersifat langsung, melainkan dimediasi oleh kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi menyeluruh atas pengalaman penggunaan layanan yang dibandingkan dengan harapan awal (Kotler & Keller, 2021). Dalam konteks mobile banking, kepuasan berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi layanan digital dengan perilaku loyalitas (Rather & Sharma, 2021).

Penelitian oleh Lestari et al. (2022) menemukan bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan digital terhadap loyalitas nasabah BPR. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Hadi et al. (2024), yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan variabel kunci dalam membangun loyalitas nasabah perbankan digital di tengah persaingan layanan fintech dan bank digital. Namun demikian, sebagian penelitian masih berfokus pada bank umum atau bank digital berskala besar, sehingga kajian empiris mengenai peran kepuasan sebagai variabel mediasi pada konteks BPR masih relatif terbatas.

Dalam konteks BPR Bank Sinpo, data internal menunjukkan bahwa meskipun mayoritas nasabah telah menggunakan mobile banking, masih terdapat sebagian nasabah yang belum aktif atau ragu dalam memanfaatkan layanan tersebut. Kondisi ini mengindikasikan adanya tantangan terkait kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi yang dapat memengaruhi kepuasan serta loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penting bagi BPR Bank Sinpo untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah melalui layanan mobile banking secara lebih komprehensif dan berbasis bukti empiris.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah, serta menguji peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada BPR Bank Sinpo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur perbankan digital, khususnya pada sektor BPR, serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen bank dalam merancang strategi layanan mobile banking yang berorientasi pada kepuasan dan loyalitas nasabah.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik serta analisis statistik yang sistematis (Sugiyono, 2022).

Penelitian ini dilaksanakan pada BPR Bank Sinpo yang berlokasi di Depok, Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa BPR Bank Sinpo telah mengimplementasikan layanan mobile banking secara aktif dan memiliki jumlah nasabah pengguna yang memadai untuk dianalisis. Pengumpulan data dilakukan dalam periode Mei hingga Agustus 2025, mencakup tahap penyusunan instrumen, penyebaran kuesioner, hingga pengolahan data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPR Bank Sinpo yang menggunakan layanan mobile banking. Mengingat jumlah populasi bersifat dinamis dan tidak diketahui

secara pasti, penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu nasabah yang telah menggunakan mobile banking minimal enam bulan, pernah melakukan transaksi melalui mobile banking sedikitnya tiga kali dalam satu bulan terakhir, berusia minimal 18 tahun, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Penentuan jumlah sampel mengacu pada ketentuan Hair et al. (2021) yang menyarankan jumlah sampel sebesar 5–10 kali jumlah indikator. Dengan total 22 indikator, jumlah sampel minimum yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 responden, yang dinilai telah memenuhi persyaratan analisis statistik.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner tertutup. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada nasabah serta melalui media daring untuk menjangkau responden secara lebih luas. Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder berupa dokumen internal bank serta literatur dari jurnal dan artikel ilmiah yang relevan sebagai bahan pendukung analisis.

Variabel penelitian terdiri dari kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi sebagai variabel independen, kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi, serta loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Kualitas layanan mobile banking diukur melalui indikator kemudahan akses, kecepatan transaksi, keamanan sistem, kelengkapan fitur, dan stabilitas aplikasi (Tam & Oliveira, 2020). Kemudahan penggunaan diukur berdasarkan kemudahan mengakses aplikasi, kemudahan memahami fitur, fleksibilitas transaksi, kecepatan proses, dan kemudahan memperoleh bukti transaksi (Rahi et al., 2021). Keamanan transaksi diukur melalui perlindungan data pribadi, keamanan autentikasi, serta perlindungan terhadap aktivitas ilegal (Kim et al., 2023). Kepuasan nasabah diukur melalui kesesuaian harapan, kualitas layanan, nilai yang dirasakan, pengalaman penggunaan, serta niat untuk kembali (Kotler & Keller, 2021). Loyalitas nasabah diukur melalui niat menggunakan kembali layanan, kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain, ketahanan terhadap tawaran kompetitor, serta komitmen emosional terhadap bank (Griffin, 2022).

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 26. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan persepsi terhadap variabel penelitian, uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi instrumen, serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan kelayakan model regresi. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Untuk menguji peran mediasi kepuasan nasabah, dilakukan analisis mediasi dengan membandingkan pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel (Baron & Kenny, 1986), sehingga dapat diketahui apakah kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi dalam model penelitian ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 110 responden yang merupakan nasabah aktif pengguna mobile banking BPR Bank Sinpo. Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa secara umum persepsi nasabah terhadap kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, kepuasan, dan loyalitas berada pada kategori tinggi. Nilai rata-rata (mean) seluruh variabel berada di atas skor 4,00 pada skala Likert lima poin, yang mengindikasikan bahwa nasabah menilai layanan mobile banking BPR Bank Sinpo sudah baik dan memenuhi harapan mereka.

Hasil analisis regresi linier berganda pada model pertama menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas layanan mobile banking memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah, diikuti oleh kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan digital yang dirasakan nasabah, semakin mudah aplikasi digunakan, serta semakin tinggi tingkat keamanan transaksi, maka tingkat kepuasan nasabah akan meningkat.

Pada model regresi kedua, hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal

ini menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut tidak hanya memengaruhi kepuasan, tetapi juga berperan langsung dalam membentuk loyalitas nasabah terhadap BPR Bank Sinpo. Nasabah yang merasakan layanan mobile banking yang berkualitas, mudah digunakan, dan aman cenderung memiliki niat untuk terus menggunakan layanan, merekomendasikannya kepada pihak lain, serta tidak mudah berpindah ke bank lain.

Pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti bahwa pengaruh ketiga variabel independen terhadap loyalitas nasabah tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga diperkuat melalui kepuasan nasabah. Dengan kata lain, peningkatan kualitas layanan digital akan lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas apabila mampu menciptakan kepuasan yang tinggi pada nasabah.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tam dan Oliveira (2020) serta Al-Hawari et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital merupakan determinan utama dalam membentuk loyalitas nasabah perbankan. Dalam konteks BPR Bank Sinpo, kualitas layanan mobile banking seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, kelengkapan fitur, dan stabilitas aplikasi mampu menciptakan pengalaman positif yang mendorong nasabah untuk tetap setia menggunakan layanan bank.

Selanjutnya, kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini mendukung kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menegaskan bahwa sistem yang mudah digunakan akan meningkatkan penerimaan teknologi dan penggunaan berkelanjutan (Rahi et al., 2021). Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Farah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking berperan penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna. Bagi BPR yang melayani nasabah dengan tingkat literasi digital yang beragam, kemudahan penggunaan menjadi

faktor krusial dalam menjaga keberlanjutan penggunaan layanan digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kumar et al. (2021) dan Kim et al. (2023) yang menegaskan bahwa persepsi keamanan merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah pada layanan keuangan digital. Nasabah BPR Bank Sinpo yang merasa data dan transaksi keuangannya aman cenderung memiliki kepercayaan yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank.

Lebih lanjut, hasil pengujian mediasi membuktikan bahwa kepuasan nasabah memediasi hubungan antara kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Rather dan Sharma (2021) serta Lestari et al. (2022) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan mekanisme penting yang menjembatani pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas. Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah berperan sebagai faktor psikologis yang memperkuat dampak layanan digital terhadap perilaku loyal nasabah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah BPR Bank Sinpo tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang diawali dari kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi yang baik, kemudian menghasilkan kepuasan, dan pada akhirnya mendorong loyalitas. Oleh karena itu, BPR Bank Sinpo perlu mengelola dan meningkatkan ketiga aspek tersebut secara berkelanjutan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan perbankan digital yang semakin ketat.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Bank Sinpo. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital yang baik, didukung oleh kemudahan penggunaan aplikasi serta jaminan keamanan

transaksi, merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas nasabah pada layanan perbankan digital.

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah yang merasakan layanan mobile banking yang andal, mudah dioperasikan, dan aman cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan ini menjadi indikator keberhasilan implementasi layanan digital dalam memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh kualitas layanan digital, tetapi juga diperkuat melalui kepuasan yang dirasakan nasabah. Dengan demikian, peningkatan loyalitas akan lebih efektif apabila BPR Bank Sinpo mampu menciptakan tingkat kepuasan nasabah yang tinggi melalui layanan mobile banking yang berkualitas, mudah, dan aman.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas nasabah BPR Bank Sinpo terbentuk melalui proses bertahap yang dimulai dari kualitas layanan mobile banking, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi, yang kemudian menciptakan kepuasan nasabah dan pada akhirnya mendorong loyalitas jangka panjang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Pertama, BPR Bank Sinpo disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan mobile banking, khususnya dalam hal stabilitas aplikasi, kecepatan transaksi, dan kelengkapan fitur, agar dapat memberikan pengalaman digital yang konsisten dan andal bagi nasabah. Peningkatan kualitas layanan akan membantu memperkuat kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kedua, kemudahan penggunaan aplikasi perlu menjadi perhatian utama, terutama melalui penyederhanaan tampilan antarmuka, peningkatan navigasi yang lebih intuitif, serta penyediaan panduan atau edukasi digital bagi nasabah. Langkah ini penting untuk

menjangkau nasabah dengan tingkat literasi digital yang beragam dan mendorong penggunaan mobile banking secara berkelanjutan.

Ketiga, aspek keamanan transaksi perlu terus diperkuat melalui penerapan teknologi keamanan terkini, seperti autentikasi ganda, enkripsi data, serta notifikasi transaksi secara real-time. Selain itu, bank juga perlu meningkatkan komunikasi dan sosialisasi terkait fitur keamanan kepada nasabah guna membangun rasa aman dan kepercayaan dalam menggunakan layanan mobile banking.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih dari satu BPR atau membandingkan BPR dengan bank umum, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan, pengalaman pengguna, atau literasi digital, untuk memperkaya model penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai loyalitas nasabah pada layanan perbankan digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Hawari, M., Al-Qudah, K., & Qadri, Z. (2021). The impact of digital service quality on customer satisfaction and loyalty in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 39(3), 470–489.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2022). Mobile banking adoption: Empirical evidence from an emerging market. *International Journal of Bank Marketing*, 40(2), 251–275.
- Griffin, J. (2022). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it* (Revised ed.). New York, NY: Harper Business.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hadi, S., Pratama, R. A., & Nugroho, Y. A. (2024). Customer satisfaction as a mediator of digital banking service quality on customer loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 45–58.
- Kim, J., Park, J., & Choi, Y. (2023). The role of perceived security and trust in mobile banking loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103209.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Harlow, UK: Pearson Education.
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2021). A framework of mobile banking adoption in developing economies. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(2), 100–118.
- Lestari, E., Wibowo, A., & Rahmawati, D. (2022). Digital banking service quality and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(3), 458–472.
- Nguyen, O. T., Nguyen, V. H., & Pham, L. Q. (2021). Customer experience and loyalty in digital banking. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 103–112.
- Oliver, R. L. (2019). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). New York, NY: Routledge.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2022). Mobile banking: The impact of trust and security on loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 1081–1102.
- Putra, A. R., & Lestari, S. (2022). Ease of use and customer satisfaction in rural banking digital services. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 137–149.
- Rahi, S., Khan, M. M., & Alghizzawi, M. (2021). Factors influencing the adoption of mobile banking services: An integrated model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102379.
- Rather, R. A. (2022). Customer experience and engagement in digital banking: Implications for loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(1), 1–14.

- Rather, R. A., & Sharma, J. (2021). Customer satisfaction as a mediator of service quality and loyalty relationship. *Journal of Relationship Marketing*, 20(1), 15–35.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2021). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 55, 101509.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2020). Does culture influence m-banking use and individual performance? *Information & Management*, 57(4), 103199.
- Wibowo, A., & Rahmawati, D. (2023). Determinants of customer loyalty in rural banking digital services. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 6(1), 55–68.