



**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

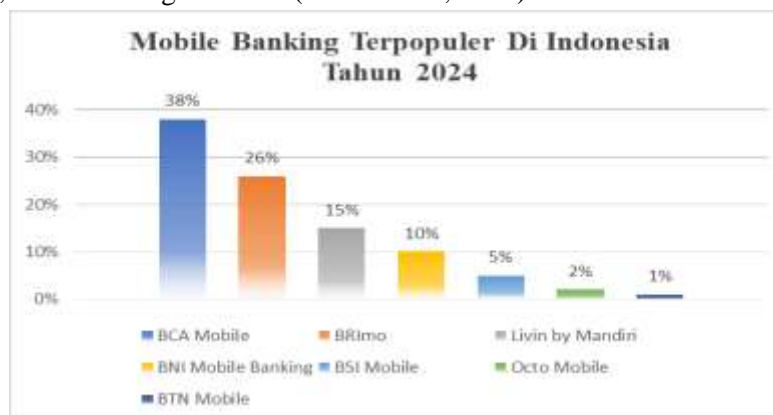
Sinta Puspitasari, D., & Sri Nuryani, H. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan Dan Fitur Aplikasi Wondr By BNI Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(1), 2844-2859. <https://doi.org/10.63822/tc1waa95>

## PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan serta penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Selain menjalankan fungsi tersebut, bank juga menawarkan berbagai layanan jasa perbankan yang bertujuan membantu masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan dan kegiatan penukaran uang. Perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi sektor perbankan, khususnya dalam pelaksanaan transaksi bisnis secara elektronik melalui internet. Pemanfaatan teknologi ini merupakan bentuk inovasi layanan perbankan yang dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan, sehingga mampu meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan. (Zubaili et al., 2023).

Industri perbankan dan jasa keuangan saat ini menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat, kompleks, serta ditandai oleh perubahan lingkungan bisnis yang berlangsung sangat cepat. Kondisi tersebut terjadi karena sektor jasa merupakan sektor yang paling terdampak oleh pesatnya perkembangan teknologi, yang secara langsung meningkatkan intensitas persaingan dalam industri perbankan. Persaingan yang semakin nyata menuntut bank untuk melakukan langkah-langkah strategis guna mempertahankan nasabah agar tidak beralih ke bank pesaing. Oleh karena itu, ketatnya persaingan antarbank mendorong perlunya peningkatan dan pengembangan fasilitas layanan baru yang dirancang untuk menarik nasabah baru sekaligus menjaga loyalitas nasabah lama (Talunohi & Sholihah, 2023).

Di Di Indonesia, layanan mobile banking telah diperkenalkan kepada nasabah perbankan sejak beberapa tahun terakhir. Berbagai bank, baik bank milik pemerintah maupun bank swasta nasional, telah menyediakan fasilitas ini, di antaranya Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BRI, Bank BCA, Bank Danamon, Bank Mega, dan Bank Permata, serta sejumlah bank lainnya. Secara umum, layanan mobile banking menawarkan beragam fitur, seperti pengecekan saldo rekening, pemantauan riwayat transaksi, pembayaran tagihan, transfer dana antar rekening, transfer ke rekening bank lain, hingga pengiriman dana ke luar negeri, serta fitur pendukung lainnya. Perkembangan mobile banking yang semakin pesat sejalan dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan transaksi digital yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Kondisi ini mendorong perbankan untuk terus melakukan inovasi guna menghadirkan layanan yang lebih praktis, cepat, dan aman bagi nasabah (Afifah et al., 2023).



**Gambar 1.** Data Indeks Desa Membangun (IDM) Kabupaten Sumbawa 2025

Berdasarkan informasi yang ditampilkan dalam tabel, terlihat bahwa aplikasi BCA Mobile memiliki pangsa pasar terbesar dalam layanan mobile banking di Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 38%. Selanjutnya, BRI Mo milik Bank BRI menempati posisi kedua dengan persentase penggunaan sebesar 26%, diikuti oleh Livin' by Mandiri pada peringkat ketiga dengan pangsa 15%. BNI Mobile Banking berada di posisi berikutnya dengan persentase penggunaan sebesar 10%, sementara BSI Mobile mencatat tingkat penggunaan sebesar 5%. Adapun Octo Mobile dan BTN Mobile menunjukkan persentase penggunaan yang relatif rendah, masing-masing sebesar 2% dan 1%. Temuan ini menunjukkan kuatnya dominasi bank-bank besar dalam pengembangan layanan perbankan digital di Indonesia, sekaligus mencerminkan kecenderungan konsumen yang lebih memilih aplikasi mobile banking dari bank konvensional besar.

Dalam upaya menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar perbankan digital Indonesia, Bank BNI melakukan strategi rebranding dengan mengubah aplikasi BNI Mobile Banking menjadi Wondr by BNI pada tahun 2024. Kebijakan ini bertujuan untuk memperkuat posisi kompetitif BNI, mengingat pangsa pasarnya masih berada di kisaran 10% dan menempatkannya pada posisi keempat, jauh di bawah dominasi aplikasi mobile banking dari BCA Mobile dan BRI Mo.

Rebranding yang dilakukan tidak sekadar berupa perubahan nama, melainkan merupakan proses transformasi menyeluruh yang meliputi pembaruan identitas visual, peningkatan kapabilitas teknologi, serta pengembangan pengalaman pengguna dan berbagai fitur inovatif lainnya. Langkah ini bertujuan untuk memastikan proses peralihan ke platform baru dapat berlangsung secara lancar dan memperoleh respons positif dari nasabah, sehingga mereka memiliki kepercayaan untuk beralih dari platform sebelumnya. Selain berfokus pada mempertahankan nasabah yang sudah ada, BNI juga berupaya memperluas jangkauan ke segmen nasabah baru, khususnya dari kalangan milenial dan Generasi Z. Segmentasi tersebut mencakup berbagai kelompok berdasarkan usia dan karakteristik finansial, seperti mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pelaku usaha kecil. Melalui strategi ini, BNI berharap dapat meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi serta membangun ekosistem digital yang berorientasi pada kebutuhan nasabah dalam mengelola keuangan secara lebih optimal dan efektif (Dewi, 2024).

**Tabel 1. Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking Dan Wondr By BNI Tahun 2024**

Indikator	Q1 2024	Q3 2024	Perubahan
<b>Jumlah Pengguna</b>	16,9 juta (BNI Mobile Banking)	17,9 juta (Mobile Banking + Wondr by BNI)	+1 juta pengguna (+5,9%)
<b>Nilai Transaksi</b>	Rp347 triliun	Rp1.104 triliun	+Rp757 triliun (+218%)
<b>Jumlah Transaksi</b>	318 juta	1,04 miliar	+722 juta (+227%)

Sumber: Media Online (2026)

Berdasarkan data yang disajikan dalam tabel, terlihat adanya peningkatan kinerja layanan digital BNI sepanjang tahun 2024, yang ditandai dengan bertambahnya jumlah pengguna sebanyak 1 juta dari kuartal I hingga kuartal III. Selain itu, terjadi lonjakan yang signifikan pada jumlah transaksi, yang meningkat tajam hingga melampaui 1 miliar transaksi pada kuartal III, disertai dengan nilai transaksi yang mencapai Rp1.104 triliun. Temuan ini mengindikasikan bahwa aplikasi Wondr by BNI memiliki potensi sebagai pendorong utama dalam memperkuat posisi BNI di tengah persaingan perbankan digital nasional

serta meningkatkan pangsa pasarnya yang sebelumnya berada di kisaran 10%.

Untuk mempertahankan relevansi dan meningkatkan daya saing, Bank BNI perlu mengembangkan strategi pemasaran yang menitikberatkan pada kepuasan nasabah pengguna Wondr by BNI. Dalam hal ini, penelitian menjadi alat yang krusial bagi Bank BNI untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku, kebutuhan, dan preferensi nasabah. Aspek tersebut berkaitan erat dengan variabel kepuasan nasabah yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Menurut Zakiy dan Azzahroh (2017) mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai kondisi psikologis yang muncul akibat perbedaan antara harapan nasabah dan pengalaman nyata yang diperoleh dari penggunaan layanan. Selanjutnya, menurut Satria dan Diah (2023) menegaskan bahwa tingkat kepuasan atau kekecewaan seseorang ditentukan oleh perbandingan antara hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki sebelumnya.

Dengan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya kepuasan nasabah dalam mendukung keberhasilan aplikasi Wondr by BNI, Bank BNI perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut. Salah satu faktor utama yang berperan dalam menentukan kepuasan nasabah adalah kualitas layanan. Fandi (2019) menjelaskan bahwa layanan merupakan bentuk jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, yang tercermin dari kemampuan dalam memberikan bantuan, kecepatan pelayanan, serta sikap ramah kepada konsumen. Selanjutnya, menurut Xu et al. (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan terbentuk dari perbandingan antara persepsi pengguna terhadap layanan yang benar-benar mereka terima (perceived service) dan layanan yang diharapkan (expected service). Apabila layanan yang diterima melebihi harapan, maka kualitas layanan dinilai tinggi, sedangkan jika layanan yang diterima berada di bawah harapan, kualitas layanan dianggap rendah. Sementara itu, ketika layanan yang diterima sesuai dengan harapan, layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.

Selain kualitas layanan, faktor kepercayaan (trust) juga memiliki peran krusial dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking. Kepercayaan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa layanan perbankan digital mampu menjamin keamanan data pribadi, keamanan transaksi, serta keberlangsungan aktivitas finansial tanpa risiko penyalahgunaan. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, proses transisi dari platform BNI Mobile Banking ke platform yang baru memperkenalkan mekanisme keamanan serta sistem autentikasi yang lebih berlapis. Perubahan ini menuntut adanya penyesuaian dari pengguna, dan apabila proses adaptasi dihadapkan pada ketidakstabilan aplikasi, kesulitan login, atau keterlambatan notifikasi transaksi, maka persepsi keamanan dapat menurun dan berdampak pada tingkat kepercayaan pengguna secara keseluruhan. (Ekadany et al., 2022)

Di samping kualitas layanan dan kepercayaan, kemudahan penggunaan (perceived ease of use) juga menjadi salah satu determinan utama keberhasilan implementasi layanan digital perbankan. Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana pengguna menilai bahwa suatu sistem mudah dipahami, dioperasikan, serta tidak membutuhkan upaya yang besar dalam menjalankannya. Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model (TAM) menyatakan bahwa persepsi mengenai kemudahan penggunaan akan memengaruhi sikap, penerimaan, serta keberlanjutan penggunaan teknologi oleh individu. Pada aplikasi Wondr by BNI, kemudahan penggunaan berkaitan erat dengan desain antarmuka (user interface), responsivitas sistem, navigasi fitur, serta kecepatan akses terhadap layanan finansial. Meskipun demikian, pada tahap awal rebranding, sejumlah pengguna melaporkan perlunya proses adaptasi

akibat perubahan tata letak menu, pembaruan sistem keamanan, serta proses autentikasi berlapis yang berbeda dari pengalaman pada aplikasi sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi digital tidak otomatis meningkatkan kepuasan pengguna apabila tidak disertai dengan pengalaman penggunaan yang praktis dan sesuai ekspektasi.

Selanjutnya, Fitur aplikasi merupakan faktor tambahan yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Pengembangan fitur pada aplikasi Wondr by BNI diarahkan untuk menciptakan pengalaman finansial yang komprehensif melalui integrasi layanan seperti pembayaran digital, investasi, asuransi, manajemen keuangan, QRIS, top-up e-wallet, hingga transaksi internasional. Namun, menurut konsep nilai pelanggan (customer value), kehadiran fitur baru hanya memberikan nilai tambah apabila pengguna menilai fitur tersebut relevan, mudah diakses, dan memenuhi kebutuhan aktual. Pada kelompok mahasiswa sebagai salah satu segmen target aplikasi, fitur yang paling sering dimanfaatkan adalah pembayaran UKT, penerimaan bantuan KIP Kuliah, transfer antarbank, dan transaksi QRIS, sedangkan fitur investasi dan asuransi relatif kurang dimanfaatkan karena tidak termasuk dalam kebutuhan prioritas mayoritas Mahasiswa (Khoiriawati, 2023)

Fenomena tersebut juga terlihat di lingkungan Universitas Teknologi Sumbawa (UTS), di mana terdapat kerja sama antara pihak kampus dan Bank BNI terkait layanan KIP Kuliah dan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) berbasis rekening BNI. Kerja sama tersebut menjadikan aplikasi Wondr by BNI sebagai instrumen utama dalam aktivitas finansial mahasiswa, terutama untuk kebutuhan akademik. Meskipun tingkat penggunaan aplikasi cukup tinggi, persepsi kepuasan mahasiswa tidak bersifat seragam. Sebagian mahasiswa menyatakan bahwa aplikasi memberikan kemudahan transaksi keuangan dan mendukung efisiensi aktivitas akademik, sedangkan sebagian lainnya menyampaikan hambatan teknis seperti stabilitas sistem, proses autentikasi yang memerlukan upaya tambahan, serta perlunya adaptasi terhadap tampilan antarmuka baru. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai generasi digital memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap keandalan teknologi, sehingga kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan relevansi fitur menjadi variabel yang sangat menentukan dalam membentuk tingkat kepuasan pengguna.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti memandang perlu dilakukan kajian empiris untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan, dan fitur aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna Wondr by BNI di Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian akademik terkait kepuasan nasabah layanan perbankan digital, sekaligus menjadi masukan praktis bagi Bank BNI dalam peningkatan kualitas aplikasi Wondr by BNI. Dengan demikian, peneliti hendak melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan, dan Fitur Aplikasi Wondr by BNI terhadap Kepuasan Nasabah di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini dipilih karena data yang digunakan berbentuk angka yang kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menjawab rumusan masalah. Sesuai dengan pandangan Sekaran et al. (2016), penelitian kuantitatif asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel



independen, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, kemudahan, dan fitur aplikasi, terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data ini diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, yaitu responden, tanpa melalui perantara. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan-pernyataan terkait indikator dari variabel yang diteliti. Hal ini sejalan dengan definisi Sekaran et al. (2016) yang menyatakan bahwa data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lokasi penelitian untuk kepentingan analisis spesifik yang sedang dilakukan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa yang menjadi pengguna aplikasi Wondr by BNI. Mengingat jumlah populasi yang besar, penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin sebagaimana dikutip dalam Imansari dan Kholifah (2023), dengan tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10 persen. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden, yang dianggap representatif untuk mewakili populasi mahasiswa pengguna aplikasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, yang termasuk dalam kategori non-random sampling. Menurut Sekaran et al. (2016), teknik ini memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti agar data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria inklusi yang ditetapkan meliputi status sebagai mahasiswa aktif Universitas Teknologi Sumbawa dan telah menggunakan aplikasi Wondr by BNI minimal selama tiga bulan terakhir.

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel adalah kuesioner dengan skala Likert yang telah dimodifikasi. Skala ini terdiri dari empat tingkat jawaban, mulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju, untuk menghindari bias dari jawaban netral dan memaksa responden memberikan preferensi yang lebih tegas. Sebelum digunakan untuk analisis lebih lanjut, instrumen ini diuji validitasnya menggunakan korelasi Pearson dan reliabilitasnya menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha untuk memastikan konsistensi dan keakuratan alat ukur, sebagaimana disarankan oleh Creswell et al. (2018) dan Ferdinand (2014).

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Tahapan analisis dimulai dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas untuk memastikan model regresi yang dihasilkan bersifat valid dan tidak bias (Sugiyono, 2020). Setelah asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan Uji T (parsial) dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dalam

model regresi memiliki pola distribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan software SPSS versi 21 dengan metode statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 2. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std.	2,73958119
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	,057
	Positive	,031
	Negative	-,057
Test Statistic		,569
Asymp. Sig. (2-tailed)		,902

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 2, Hasil uji normalitas dengan pendekatan OneSampel Kolmogorov Smirnov-Test di atas diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar  $0,902 > 0,05$ . Maka sesuai dengan syarat pengambilan keputusan dalam uji normaitas kolmogorov-smirnov test dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari pengujian ini menguji apakah varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain sama (homoskedastisitas) atau berbeda (heteroskedastisitas). Uji ini dilakukan dengan uji Glejser, dengan kriteria signifikansi  $> 0,05$  menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

	Model	Sig.
1	(Constant)	,018
	Kualitas Layanan (X1)	,714
	Kepercayaan (X2)	,702
	Kemudahan (X3)	,248
	Fitur Aplikasi (X4)	,867
a. Dependent Variabel: ABS_RES		

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas pada tabel 3, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada semua variabel independen. Hal ini dapat dilihat dari probability signifikannya di atas 0,05. Variabel Kualitas Layanan (X1) yaitu  $0,714 > 0,05$ , variabel Kepercayaan (X2)  $0,702 > 0,05$ , variabel Kemudahan (X3)  $0,248 > 0,05$  dan variabel Fitur Aplikasi (X4)  $0,867 > 0,05$ . Sehingga keempat variabel independen tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**c. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika tolerance  $< 0,10$  atau  $VIF \geq 10$ , maka model mengandung multikolinearitas. Pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:



**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Layanan	0,875	1,143	Tidak Multikolinearitas
Kepercayaan	0,704	1,420	Tidak Multikolinearitas
Kemudahan	0,681	1,468	Tidak Multikolinearitas
Fitur Aplikasi	0,892	1,121	Tidak Multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada semua variabel independen dalam model penelitian ini, karena seluruh variabel memenuhi kriteria utama dengan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,01 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang lebih kecil dari 10. Secara rinci, variabel Kualitas Layanan (X1) mencatat nilai VIF 1,143 dan tolerance 0,875; variabel Kepercayaan (X2) memiliki VIF 1,420 dan tolerance 0,704; variabel Kemudahan (X3) menunjukkan VIF 1,468 dan tolerance 0,681; serta variabel Fitur Aplikasi (X4) memiliki VIF 1,121 dan tolerance 0,892. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa keempat variabel independen tersebut bebas dari masalah multikolinearitas yang serius, yang mengindikasikan tidak adanya korelasi tinggi antar-prediktor yang dapat mengganggu keandalan estimasi dalam analisis regresi.

## 2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3), dan Fitur Aplikasi (X4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Adapun perumusan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	24.385	1.908
Kualitas Layanan (X1)	-.026	.029
Kepercayaan (X2)	.141	.037
Kemudahan (X3)	-.083	.033
Fitur Aplikasi (X4)	.415	.033

a. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: data diolah, 2026

Hasil tersebut akan dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda, sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 24,385 - 0,026 X1 + 0,141 X2 - 0,083 X3 + 0,415 X4$$

Besaran pengaruh masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan melalui uraian pada paragraf berikut.

- Besarnya nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 24,385 dan bernilai positif. Artinya, apabila variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3) dan Fitur Aplikasi (X4) diasumsikan bernilai nol, maka nilai dari Kepuasan Nasabah tetap berada pada angka 24,385
- Nilai regresi variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar - 0,026 dengan bernilai negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Kualitas Layanan akan menurunkan nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar - 0,026

- c. Nilai regresi variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,141 dengan bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Kepercayaan (X2) akan meningkatkan nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,141.
- d. Nilai regresi variabel Kemudahan (X3) sebesar - 0,083 dengan bernilai negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Kemudahan (X3) akan menurunkan nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar - 0,083
- e. Nilai regresi variabel Fitur Aplikasi (X4) sebesar 0,415 dengan bernilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Fitur Aplikasi (X4) akan meningkatkan nilai Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,415.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (t)

**Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)**

Model	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Keterangan (Sig. < 0,005)
1 (Constant)		12.780	.000	
Kualitas Layanan (X1)	-.057	-.900	.371	Tidak Signifikan
Kepercayaan (X2)	.256	3.782	.000	Signifikan
Kemudahan (X3)	-.178	-2.518	.013	Signifikan
Fitur Aplikasi (X4)	.769	12.609	.000	Signifikan

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 6, di atas penjelasan masing-masing variabel terhadap pengelolaan keuangan pribadi adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Layanan Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa t hitung variabel Kualitas Layanan sebesar -,900, dimana  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  ( $-,900 \leq 1,984$ ). Maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan (X1) secara parsial Tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 2) Variabel Kepercayaan Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa t hitung variabel Kepercayaan sebesar 3,782, dimana  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  ( $3,782 \leq 1,984$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 3) Variabel Kemudahan Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa t hitung variabel Kemudahan sebesar -2,518, dimana  $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  ( $-2,518 \leq 1,984$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kemudahan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 4) Variabel Fitur Aplikasi Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa t hitung variabel Fitur Aplikasi sebesar 12,609, dimana  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  ( $12,609 \geq 1,984$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Fitur Aplikasi (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Aplikasi Wondr By BNI Terhadap Kepuasan Nasabah di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa*  
(Puspitasari, et al.)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 <sup>a</sup>	.684	.670	1.106
Predictors: (Constant), Fitur Aplikasi (X4), Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3)				

Sumber: data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,670. Hasil ini membuktikan bahwa pengaruh Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3), dan Fitur Aplikasi (X4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 67% sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Wondr by BNI di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t, di mana diperoleh nilai t hitung sebesar -,900, yang lebih kecil dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi -,900, > 0,05, sehingga hipotesis yang diajukan dinyatakan ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Hidayah et al. (2022) serta Syahwi dan Pantawis (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada layanan perbankan digital.

Jika dikaitkan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), kepuasan pengguna terhadap suatu sistem teknologi lebih dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan manfaat penggunaan (perceived usefulness) dibandingkan dengan kualitas layanan secara umum. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi cenderung memprioritaskan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, kecepatan akses, serta manfaat yang dirasakan dalam menunjang aktivitas transaksi keuangan sehari-hari.

Tidak signifikannya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kualitas layanan dipersepsikan sebagai faktor dasar yang telah dianggap memadai oleh pengguna. Selama aplikasi dapat berfungsi dengan baik dan memberikan manfaat yang diharapkan, kualitas layanan tidak secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan. Oleh karena itu, dalam kerangka TAM, kualitas layanan dapat dipandang sebagai variabel eksternal yang pengaruhnya terhadap kepuasan bersifat tidak langsung dan bergantung pada variabel lain yang lebih dominan.

Dengan demikian, pihak perbankan, khususnya Bank BNI, disarankan untuk lebih memfokuskan peningkatan layanan mobile banking pada aspek kemudahan penggunaan, stabilitas sistem, dan kualitas jaringan, terutama dalam hal kekuatan sinyal, agar kepuasan pengguna aplikasi Wondr by BNI dapat ditingkatkan secara lebih optimal.

### 2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Wondr

by BNI di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t, di mana diperoleh nilai t hitung sebesar 3,782 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Vabiola Ghantynireta et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada layanan perbankan digital.

Kepercayaan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah karena mencerminkan keyakinan pengguna terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta keandalan sistem aplikasi. Dalam konteks penggunaan aplikasi Wondr by BNI, tingkat kepercayaan yang tinggi membuat nasabah merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi keuangan, sehingga berdampak langsung pada meningkatnya kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan.

Jika dikaitkan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM), kepercayaan dapat dipandang sebagai variabel eksternal yang memengaruhi persepsi kegunaan (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) suatu sistem teknologi. Ketika pengguna memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan sistem, mereka akan memandang aplikasi sebagai teknologi yang bermanfaat dan mudah digunakan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Dengan demikian, dalam kerangka TAM, kepercayaan tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah, tetapi juga berperan dalam memperkuat penerimaan teknologi perbankan digital. Oleh karena itu, pihak perbankan, khususnya Bank BNI, perlu terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan pengguna melalui penyediaan sistem keamanan yang andal, perlindungan data pribadi, serta komunikasi yang transparan dan responsif, agar kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI dapat terus ditingkatkan.

### 3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Wondr by BNI di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t, di mana diperoleh nilai t hitung sebesar 2,518 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi  $0,013 < 0,05$ , sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hibatullah dan Busman (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Jannah dan Hastari (2022) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan online, meskipun tingkat kenyamanan pengguna dapat berbeda-beda, namun tetap terdapat standar kemudahan yang diharapkan oleh seluruh pengguna.

Jika dikaitkan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), perceived ease of use merupakan konstruk utama yang memengaruhi penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap suatu sistem teknologi. Persepsi kemudahan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa sistem informasi mudah dipahami, tidak memerlukan usaha yang besar, dan dapat digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, kemudahan transaksi tercermin dari kemudahan navigasi menu, kejelasan tampilan, serta kecepatan dan kesederhanaan proses transaksi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, karena sistem yang mudah digunakan akan menimbulkan rasa nyaman dan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi. Sebaliknya, apabila aplikasi dirasakan sulit atau rumit untuk digunakan, maka pengguna cenderung enggan untuk memanfaatkan layanan tersebut. Oleh karena itu, pihak Bank BNI disarankan untuk terus meningkatkan aspek kemudahan penggunaan aplikasi Wondr by BNI agar dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih optimal dan meningkatkan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

#### 4. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fitur aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi Wondr by BNI di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t, di mana diperoleh nilai t hitung sebesar 4,723 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa fitur aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rahmawati et al. (2022) serta Jannah dan Hastari (2022) yang menyatakan bahwa fitur aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada layanan perbankan digital.

Fitur aplikasi mencerminkan kelengkapan dan keragaman layanan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan transaksi pengguna. Kelengkapan fitur dapat diukur dari jumlah dan jenis layanan transaksi yang tersedia dalam aplikasi, seperti transfer dana, pembayaran digital, QRIS, top-up e-wallet, serta informasi saldo dan riwayat transaksi. Apabila kebutuhan transaksi nasabah telah terpenuhi melalui fitur yang tersedia dalam aplikasi Wondr by BNI, maka hal tersebut akan mendorong meningkatnya kepuasan nasabah serta keinginan untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Jika dikaitkan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM), fitur aplikasi merupakan bagian dari variabel eksternal yang berpengaruh terhadap perceived usefulness (persepsi kegunaan) suatu sistem teknologi. Semakin lengkap dan relevan fitur yang disediakan, maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, sehingga berdampak positif terhadap tingkat kepuasan. Dalam konteks aplikasi Wondr by BNI, keragaman fitur memungkinkan nasabah untuk memenuhi berbagai kebutuhan transaksi keuangan dalam satu aplikasi, yang pada akhirnya meningkatkan nilai guna dan kepuasan pengguna.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan dan keragaman fitur aplikasi berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank BNI diharapkan dapat mempertahankan dan terus mengembangkan fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi Wondr by BNI, agar

mampu memberikan manfaat yang optimal, memenuhi kebutuhan pengguna, serta meningkatkan kepuasan dan keberlanjutan penggunaan aplikasi mobile banking tersebut.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Aplikasi Wondr by BNI terhadap Kepuasan Nasabah di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa”, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan belum menjadi faktor utama yang secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi perbankan digital. Dalam konteks layanan berbasis teknologi, kualitas layanan cenderung dipersepsikan sebagai faktor dasar yang telah dianggap memadai oleh pengguna. Selama aplikasi dapat berfungsi dengan baik dan tidak menimbulkan kendala yang berarti, kualitas layanan tidak secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Kepercayaan menjadi faktor penting karena berkaitan dengan keyakinan nasabah terhadap keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta keandalan sistem aplikasi. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi, maka semakin besar rasa aman dan nyaman yang dirasakan, sehingga berdampak positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan layanan aplikasi Wondr by BNI.
3. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Kemudahan penggunaan aplikasi, yang tercermin dari kemudahan navigasi, kejelasan tampilan, serta kesederhanaan proses transaksi, terbukti mampu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi pengguna dalam bertransaksi. Aplikasi yang mudah digunakan memberikan pengalaman pengguna yang lebih positif, sehingga mendorong peningkatan kepuasan nasabah.
4. Fitur aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Kelengkapan dan keragaman fitur yang tersedia memungkinkan nasabah untuk memenuhi berbagai kebutuhan transaksi keuangan dalam satu aplikasi. Semakin lengkap dan relevan fitur yang disediakan, maka semakin besar manfaat yang dirasakan oleh pengguna, sehingga kepuasan nasabah terhadap aplikasi Wondr by BNI juga semakin meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, D. N., Damayanti, I., & Rosianie, A. F. (2023). Fitur-fitur aplikasi elektronik mobile banking untuk keperluan penggunaan aktivasi perbankan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 12(2), 57–61.
- Ahmed, M. K., & Khan, S. (2020). Customer satisfaction in digital banking: The role of trust and ease of use. *International Journal of Bank Marketing*, 38(3), 465–485.



- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall.
- Andriyati, S., Hidayah, N., Victoria, P. V., & Rismayani, V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kemudahan transaksi dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BSI Mobile Banking. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Augustly, F. (2016). Analisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan mobile banking. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 31(2), 145–156.
- BNI. (2024). *BNI Digital Banking Report 2024*. <https://www.bni.co.id/id-id>
- Choi, J., & Park, S. (2022). Understanding customer satisfaction through digital features: Evidence from fintech banking. *Journal of Financial Innovation Studies*, 9(2), 210–230.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (2020). Toward preprototype user acceptance testing of new information systems: Implications for software project management. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 67(1), 1–10.
- Dewi, A. P. (2024). Analisis implementasi program thematic education outlet sebagai strategi penguatan branding perbankan. *At-Tasyri': Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 5(2), 190–199.
- Ekadany, I. R., Widiyanti, M., Shihab, M. S., & Adam, M. (2022). Influence of trust, quality of service and value perception of user confidence on mobile banking services. *Cakrawala Repositori IMWI*, 5(2), 431–438.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2(3), 110–117.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriani. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Digital*, 4(1), 55–70.
- Gefen, D., & Larsen, K. R. (2017). Controlling for lexical closeness in survey research: A demonstration on the technology acceptance model. *Journal of the Association for Information Systems*, 18(10), 727–757.
- Ghantynireta, B. V. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Hayat, N., & Busman, S. A. (2023). Pengaruh kemudahan, kualitas layanan, fitur produk terhadap kepuasan penggunaan mobile banking Livin' by Mandiri. *JTIMB: Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- Indonesia, B. (2024). *Statistik sistem pembayaran digital Indonesia 2024*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran>
- Jannah, A. M., & Hastari, D. N. (2023). Pengaruh fitur layanan dan kemudahan menggunakan M-Banking BSI terhadap kepuasan nasabah. *JES: Jurnal Ekonomi Sakti*, 12(1), 100–109.
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh keamanan, kenyamanan, kualitas layanan dan fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah bank syariah pengguna mobile banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3(2).

- Khusna, K. M., & Khoiriawati, N. (2023). Pengaruh fitur layanan, kemudahan dan efisiensi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Muamalat DIN. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2749–2766.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari. (2020). Pengaruh kemudahan dan fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah pengguna Jenius BTPN. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Perbankan*, 5(1), 33–47.
- Liu, Y., Yu, X., & Hu, W. (2021). The impact of service quality and trust on customer satisfaction in digital banking. *International Journal of Financial Services Management*, 14(3), 201–219.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2018). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia. *ECODEMIA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2).
- Putri, N., & Santoso, H. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 33–45.
- Rahmawati, S., & Putra, D. (2022). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 112–123.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163.
- Talunohi, D., & Sholihah, E. (2023). Peran layanan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor perbankan. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 190–213.
- Universitas Teknologi Sumbawa. (2025). *Kampus UTS: Miniatur Indonesia*. <https://uts.ac.id/kampus>
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2015). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376.
- Zakiy, M., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 26–38.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zubaili, Z., Hamdani, R., Cahyani, D., Putri, E., & Hajar, S. (2023). Penggunaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan e-banking di BSI. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 9–17.