

**ANALISIS KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, PERAN DIGITALISASI,
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi wondr by BNI di Kota Semarang)**

TESIS

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan mencapai derajat Sarjana S2
Program Studi Magister Manajemen**



Disusun oleh:

Dian Pratamaningrum

NIM : 20402400620

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
SEMARANG
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN USULAN TESIS

**ANALISIS KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, PERAN DIGITALISASI,
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA**

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi wondr by BNI di Kota Semarang)

(Studi Kasus BNI Cabang Undip Semarang)

Dian Pratamaningrum

NIM : 20402400620

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan dihadapan sidang panitia ujian Tesis

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Islam Sultan Agung Semarang

Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Semarang, 10 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si
NIK. 210492030

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, PERAN DIGITALISASI,
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA**

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi wondr by BNI di Kota Semarang)

Disusun oleh :

Dian Pratamaningrum

20402400620

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 10 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si

NIK. 210492030

Penguji I

Dra. Alifah Ratnawati, MM

NIK. 210489019

Penguji II

Prof. Nurhidayati, S.E., M.Si., Ph.D

NIK.210499043

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Tanggal 10 Februari 2026

Ketua Program Magister Manajemen

Prof. Dr. Ibnu Khajar., S.E., M.Si

NIK.210491028

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Pratamaningrum

NIM : 20402400620

Program studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa artikel Ilmiah berjudul “Analisis Kepercayaan, Kualitas Layanan, Peran Digitalisasi Terhadap Kepuasan Pengguna” adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam usulan penelitian artikel ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti artikel ilmiah ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 10 Februari 2026

Pembimbing

Yang membuat pernyataan



Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si

NIK 210492030

Dian Pratamaningrum

NIM : 220402400620



PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Nama : Dian Pratamaningrum
NIM : 220402400620
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa tesis dengan judul ““Analisis Kepercayaan, Kualitas Layanan, Peran Digitalisasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Wondr By BNI Di Kota Semarang)” dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 10 Februari 2026

Dian Pratamaningrum

Abstrak

Penelitian ini mengkaji mengenai kepercayaan, kualitas layanan, peran digitalisasi, terhadap kepuasan pengguna (studi kasus pada pengguna aplikasi Wondr by BNI di kota Semarang. Studi ini mempergunakan pendekatan kuantitatif melalui menyebar kuesioner mempergunakan link Google Form. Informan penelitian terdiri pengguna aplikasi Wondr by BNI di kota Semarang. Analisis dilakukan menggunakan aplikasi Smart PLS yang diolah menjadi data yang akan menjawab beragam hipotesa didalam studi ini.

Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Kepercayaan dan peran digitalisasi bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Kualitas Layanan dan peran digitalisasi bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Peran digitalisasi memoderasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna. Peran digitalisasi memoderasi kualitas layanan Terhadap kepuasan pengguna

Kata kunci : *Kepercayaan, Kualitas Layanan, Peran Digitalisasi, dan Kepuasan Pengguna.*



Abstract

This study examines trust, service quality, and the role of digitalization on user satisfaction (a case study of Wondr by BNI app users in Semarang). This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires using a Google Form link. The research informants consisted of Wondr by BNI app users in Semarang. Analysis was conducted using the Smart PLS application, which processed data to answer various hypotheses in this study. Trust influences user satisfaction. Service quality influences user satisfaction. Trust and the role of digitalization jointly influence user satisfaction. Service quality and the role of digitalization jointly influence user satisfaction. The role of digitalization moderates trust on user satisfaction. The role of digitalization moderates service quality on user satisfaction.

Keywords: Trust, Service Quality, Role of Digitalization, and User Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian usulan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Peran Digitalisasi Sebagai Variabel Pemoderasi”

Usulan penelitian tesis ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program strata-2 S2 Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. terselesaikannya penulisan usulan penelitian usulan penelitian tesis ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr Heru Sulisty, SE, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. Budhi Cahyono., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu serta bimbingan dalam menyelesaikan usulan penelitian tesis ini.
3. Pimpinan dan seluruh karyawan BNI KC Undip yang telah memberikan izin serta membantu dalam pengumpulan data dan sumbangsih waktunya untuk mengisi kuesioner selama penelitian berlangsung.
4. Seluruh Dosen, Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Unissula Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Ibunda Ani Ekoningsih dan ayah Djazuli yang senantiasa menjadi semangat dan dorongan bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Suami tercinta Agung Setyo Nugroho yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses mengerjakan Tugas Akhir.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu kelancaran dan mengarahkan dalam penyusunan usulan penelitian tesis ini.

Dalam penulisan usulan penelitian tesis ini tentu disadari masih terdapat banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna maka dari itu diharapkan para pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Semarang, 10 Februari 2026

Penulis

Dian Pratamaningrum

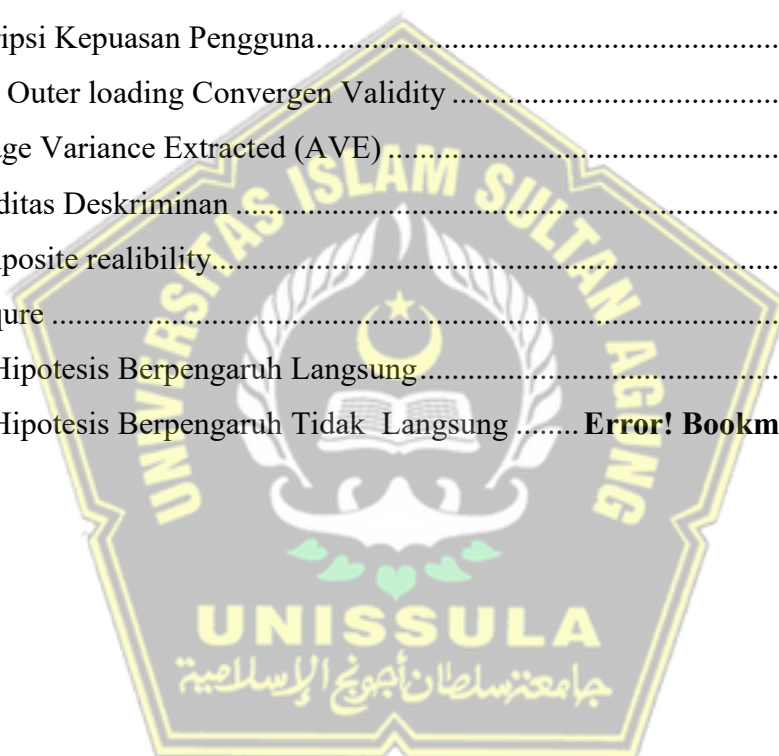
Daftar isi

Halaman Persetujuan Usulan Tesis.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Tesis.....	iv
Pernyataan Persetujuan Unggah Karya Ilmiah	v
Abstrak.....	vi
Abstract.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II Tinjauan Pustaka	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Kepercayaan.....	8
2.1.2 Kualitas Layanan	8
2.1.3 Peran Digitalisasi	9
2.1.4 Kepuasan Pengguna	9
2.2 Pengembangan Hipotesis	10
2.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna	10
2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna.....	10
2.2.3 Peran Digitalisasi memoderasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna	11
2.2.4 Peran Digitalisasi memoderasi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna	11
2.3 Model Penelitian	13
BAB III Metode Penelitian	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Populasi dan Sampel.....	14
3.3 Devinisi Operasional Variabel.....	15

3.4	Metode Analisis Data	16
3.4.1	Pengujian Outer Model	16
3.4.2	Pengujian Inner Model.....	18
3.5	Uji Hipotesis	18
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan Hasil		20
4.1	Karakteristik Responden.....	20
4.1.1	Identitas Jenis Kelamin	20
4.1.2	Identitas berdasarkan Usia	20
4.1.3	Pendidikan Terakhir Responden	21
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	22
4.2.1	Statistik Deskriptif Kepercayaan	22
4.2.2	Statistik Deskriptif Kualitas Layanan	23
4.2.3	Statistik Deskriptif Peran Digitalisasi	24
4.2.4	Statistik Deskriptif Kepuasan Pengguna.....	25
4.3	Analisis Uji Instrumental	26
4.3.1	Pengujian <i>Outer Model</i> (Pengukuran Model).....	26
4.3.2	Analisis Model Struktural (Inner Model)	30
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna	33
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna.....	33
4.4.3	Peran Digitalisasi Memoderasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna..	34
4.4.4	Peran Digitalisasi Memoderasi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna.....	35
BAB V Penutup		36
5.1	Kesimpulan	36
5.2	Implikasi Manajerial.....	36
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	37
Daftar Pustaka.....		39
Lampiran Kuesioner.....		43
Lampiran Tabulasi Data.....		45
Lampiran hasil olah data menggunakan Smart PLS		48

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Jumlah Download dan Rating playstore dan app store serta keluhan.....	2
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel.....	15
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	20
Tabel 4.2 Usia Responden	20
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	21
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Kepercayaan.....	22
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Layanan	23
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Peran Digitalisasi	24
Tabel 4.7 Deskripsi Kepuasan Pengguna.....	25
Tabel 4.8 Hasil Outer loading Convergen Validity	27
Tabel 4.9 Average Variance Extracted (AVE).....	28
Tabel 4.10 Validitas Deskriminan	29
Tabel 4.11 Composite realibility.....	29
Tabel 4.12 R Squire	30
Tabel 4.14 Uji Hipotesis Berpengaruh Langsung.....	31
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Berpengaruh Tidak Langsung	Error! Bookmark not defined.



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Deretan Mobile Banking Terpopuler di Indonesia Tahun 2024	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	13
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	20
Gambar 4.2 Usia Responden.....	21
Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	22
Gambar 4.4 Pengujian struktural	31



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang berlangsung sangat cepat telah memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai belahan dunia. Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar, turut merasakan dampak positif dari perkembangan ini. Digitalisasi telah menjadi motor penggerak utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, dengan pengaruh yang merata di berbagai sektor seperti keuangan, perdagangan, pendidikan, dan layanan public ogi modern memungkinkan terciptanya efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing pelaku usaha domestik. Berbagai inovasi seperti transaksi elektronik, layanan perbankan berbasis digital, dan platform perdagangan daring menjadi faktor penting yang mengubah perilaku konsumen serta pelaku bisnis.

Di sisi lain, pemerintah juga menunjukkan komitmen yang kuat dalam mendukung proses transformasi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi. Bank dituntut untuk bertransformasi secara digital guna menjawab kebutuhan nasabah yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan akses yang fleksibel. Transformasi ini kini menjadi langkah strategis untuk tetap kompetitif di tengah dinamika ekonomi global et al., 2024a). Untuk mendukung proses transformasi digital, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan POJK No. 12/POJK.03/2018 mengenai layanan perbankan digital oleh bank umum. Regulasi ini mendefinisikan layanan digital sebagai sistem elektronik yang dirancang dengan memanfaatkan data nasabah guna menyediakan pelayanan yang cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan, serta memungkinkan nasabah bertransaksi secara mandiri dengan tetap menjaga aspek keamanan.

Menurut penelitian (Suwandi Sevy & Moh. Rois Abin, 2023) Kehadiran digital banking mempermudah nasabah dalam menjalankan berbagai transaksi harian hanya melalui smartphone, tanpa perlu mengunjungi mesin ATM. Layanan digital banking kini semakin diminati karena memudahkan nasabah mengakses perbankan tanpa perlu ke cabang. Untuk menghadapi persaingan industri, BNI memperkuat layanannya melalui inovasi digital, salah satunya aplikasi wondr by BNI yang memungkinkan nasabah bertransaksi dengan mudah dan cepat melalui ponsel kapan pun dan di mana pun. Peluncuran layanan digital seperti wondr by

BNI memerlukan kualitas layanan yang unggul agar diterima nasabah. Kualitas ini tidak hanya bergantung pada fitur dan tampilan, tetapi juga kecepatan respons, kemudahan penggunaan, keamanan data, serta dukungan saat masalah muncul. Dengan meningkatnya harapan nasabah, BNI perlu terus mengembangkan wondr agar tetap relevan dan kompetitif.

Tabel 1.1 Jumlah Download dan Rating playstore dan app store serta keluhan

Aplikasi	Jumlah Downlod	Rating Playstore	Rating App store	Keluhan
BRImo	38,61 juta	4,6/5	4,7/5	Tampilan saldo tidak muncul atau tidak terupdate meskipun koneksi internet stabil.
Wondr by BNI	10,5 juta	4,92/5	4,9/5	Beberapa pengguna mengalami kendala saat masuk ke aplikasi atau melakukan transaksi, misalnya aplikasi gagal dibuka atau tidak memungkinkan mereka melakukan transfer.
BCA Mobile	Lebih dari 1,3 juta	3,4/5.	3,2/5	Beberapa pengguna melaporkan masalah crash pada aplikasi BCA Mobile
Livin' by Mandiri	Lebih dari 5 juta	3,4/5.	3,9/5.	Beberapa pengguna melaporkan aplikasi sering mengalami crash dan membutuhkan perbaikan

Sumber : Play store dan app store data diolah

Dari data yang tersedia, terlihat bahwa popularitas dan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi perbankan digital di Indonesia cukup bervariasi. BRImo menempati posisi teratas dalam jumlah unduhan, yaitu sekitar 38,61 juta kali, dengan rating yang tergolong tinggi, yakni 4,6/5 di Playstore dan 4,7/5 di App Store. Meski begitu, beberapa pengguna mengeluhkan saldo yang tidak muncul atau tidak terupdate meskipun koneksi internet stabil. Wondr by BNI memiliki sekitar 10,5 juta unduhan dan memperoleh rating sangat baik, yakni 4,92/5 di Playstore dan 4,9/5 di App Store, walaupun sebagian pengguna mengalami kesulitan saat masuk ke aplikasi atau melakukan transaksi, seperti aplikasi gagal dibuka atau tidak

memungkinkan transfer. BCA Mobile, dengan lebih dari 1,3 juta unduhan, mencatat rating lebih rendah, yaitu 3,4/5 di Playstore dan 3,2/5 di App Store, dengan keluhan utama terkait aplikasi yang sering crash. Sementara itu, Livin' by Mandiri memiliki lebih dari 5 juta unduhan dan rating 3,4/5 di Playstore serta 3,9/5 di App Store, dengan laporan pengguna yang menyebutkan aplikasi kerap crash dan membutuhkan perbaikan. Secara keseluruhan, meskipun beberapa aplikasi populer dan mendapat rating tinggi, isu teknis seperti crash dan saldo yang tidak terupdate masih menjadi masalah umum bagi pengguna.



Gambar 1.1 Deretan Mobile Banking Terpopuler di Indonesia Tahun 2024

Sumber : [GoodStars.id](https://www.goodstars.id)

Berdasarkan analisis hasil survei, terlihat bahwa ada tujuh kategori bank dan mobile banking terpopuler di Indonesia. Mobile banking dari Bank BCA menduduki posisi teratas dengan persentase tertinggi mencapai 40 persen, diikuti oleh penyedia mobile banking lainnya. Meskipun demikian, BNI Mobile berada pada peringkat keempat sebagai mobile banking yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia mencapai 15%. Namun, BNI Mobile belum mampu menyaingi BCA Mobile yang tetap berada di posisi teratas dengan jumlah pengguna terbanyak. Beberapa keluhan yang sering muncul dari nasabah mencakup kesulitan

saat mengaktifkan akun, hambatan dalam melakukan transaksi, hingga kasus saldo terpotong meskipun transaksi gagal. Selain itu, ada pula pengguna yang hanya memanfaatkan aplikasi untuk mengecek saldo tanpa menggunakan fitur lainnya. Banyaknya komentar negatif di Playstore mencerminkan ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja aplikasi wondr by BNI. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas mereka dalam menggunakan layanan mobile banking wondr by BNI.

Digitalisasi merujuk pada proses konversi sistem, proses, atau layanan tradisional menjadi format digital dengan memanfaatkan teknologi seperti internet, aplikasi mobile, kecerdasan buatan (AI), dan big data. Dalam konteks perbankan syariah, digitalisasi melampaui sekadar modernisasi; ia menjadi alat strategis untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah (seperti larangan riba dan spekulasi) melalui otomatisasi transaksi yang transparan dan auditabel. Manfaatnya mencakup peningkatan efisiensi (misalnya, pengurangan biaya operasional hingga 30-50% melalui layanan online), aksesibilitas yang lebih luas (terutama bagi masyarakat di daerah terpencil melalui aplikasi seperti Wondr by BNI), serta inovasi produk seperti tabungan syariah digital atau pembiayaan berbasis fintech. Namun, tantangannya meliputi risiko keamanan siber dan perlunya edukasi masyarakat agar digitalisasi dapat diadopsi secara inklusif, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi syariah yang berkelanjutan (Wahyuni et al., n.d.)

Kepercayaan terhadap aplikasi wondr by BNI berperan penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Ketika nasabah merasa aplikasi ini aman, responsif, dan andal dalam menangani transaksi, tingkat kepercayaan pun meningkat. Kepercayaan tersebut didukung oleh keamanan data, layanan yang konsisten, dan penanganan masalah yang cepat. Semakin tinggi kepercayaan, semakin besar pula peluang nasabah untuk tetap loyal menggunakan fitur-fitur di dalamnya (Busrayan & Nasional, n.d.).

Kualitas layanan pada aplikasi wondr by BNI memainkan peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah. Kemudahan akses, desain antarmuka yang ramah pengguna, kecepatan dalam bertransaksi, serta perlindungan data merupakan aspek-aspek utama yang memengaruhi pandangan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Jika aplikasi mampu secara konsisten memenuhi ekspektasi tersebut, maka kepuasan nasabah pun akan meningkat (Chanda Vedalla Putra et al., 2024). Namun, apabila layanan mengalami kendala atau tidak responsif, hal ini dapat menurunkan tingkat kepuasan. Oleh karena itu, peningkatan

kualitas layanan secara terus-menerus menjadi hal yang krusial untuk mempertahankan kepuasan dan kepercayaan pengguna terhadap *wondr* by BNI.

Research Gap menurut penelitian (Catur et al., 2023) dengan judul penelitian *The effect of security and trust on mobile banking customer Satisfaction mediated by convenience factors*. Dengan hasil penelitian "*trust*" memiliki pengaruh positif terhadap "*convenience factor*", dan *convenience factor* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Namun, *trust* langsung ke kepuasan memiliki pengaruh tidak signifikan. Menurut penelitian (Rena Deliyana et al., 2022) dengan judul penelitian pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA. Pada penelitian ini, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA. Hal ini berarti bahwa mobile banking BCA. Memberikan kepuasan yang baik kepada pelanggan dalam persepsi kemudahan.

Penelitian yang dilakukan (Akob & Sukarno, 2022) dengan judul penelitian pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BUMN di Makassar. Berdasarkan hasil penelitian terhadap nasabah bank BUMN di Makassar, yang terdiri atas Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BTN, dan Bank BRI membuktikan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan *mobile banking* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan (Hafizh et al., n.d.) pengaruh kualitas layanan dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BSI dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*. Dengan hasil penelitian kualitas layanan tidak berdampak bagi loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan (Setyani et al., 2024) dengan judul penelitian Pengaruh kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* bri di ponorogo. Hasil dari penelitian tersebut yaitu kepuasan nasabah berperan sebagai variabel *intervening* yang signifikan dalam memediasi hubungan antara kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah. penelitian yang dilakukan (Ahmad Sahri Romadon & Risma Nurhapsari, 2020) dengan judul Pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan *e-banking* pada BNI 46 Kc karangayu semarang dengan minat nasabah dan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Menyatakan bahwa persepsi kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *e-banking* dengan minat nasabah sebagai mediasi diterima. Persepsi

kemudahan teknologi berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *e-banking* dengan kepercayaan nasabah sebagai mediasi.

Berbagai hasil penelitian sebelumnya yang memperlihatkan perbedaan pengaruh antara kepercayaan, kualitas layanan, dan kemudahan terhadap kepuasan pengguna menimbulkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diatasi dengan bukti empiris yang lebih mendalam. Oleh karena itu, diperlukan analisis komprehensif untuk mengetahui sejauh mana kepercayaan dan kualitas layanan berkontribusi langsung pada kepuasan pengguna, serta bagaimana kemudahan berperan sebagai variabel mediasi yang dapat memperkuat atau justru melemahkan hubungan tersebut. Dengan pendekatan ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih jelas dan konsisten mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna, terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi seperti aplikasi mobile banking wondr by BNI.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan research gap yang telah diidentifikasi, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana “pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan kemudahan terhadap kepuasan pengguna dengan kemudahan sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi wondr by BNI di Kota Semarang”. Adapun penelitian rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna wondr by BNI?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna wondr by BNI?
3. Apakah terdapat pengaruh moderasi peran digitalisasi terhadap kepercayaan dan kepuasan pengguna wondr by BNI ?
4. Apakah terdapat pengaruh moderasi peran digitalisasi terhadap kualitas layanan dan kepuasan pengguna wondr by BNI ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini meliputi :

1. Menganalisis kepercayaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi wondr by BNI
2. Menganalisis kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi wondr by BNI.
3. Mengetahui pengaruh moderasi peran digitalisasi, terhadap kepercayaan dan kepuasan penggunaan aplikasi wondr by BNI.

4. Mengetahui pengaruh moderasi peran digitalisasi, terhadap kualitas layanan dan kepuasan penggunaan aplikasi wondr by BNI.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini meliputi :

1. Manfaat Teoritik:

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen pemasaran dan teknologi informasi, dengan memperdalam pemahaman tentang interaksi antara kepercayaan, kualitas layanan, kemudahan, dan kepuasan pengguna dalam ranah layanan mobile banking. Selain itu, studi ini juga berperan dalam memperluas kerangka teori, terutama terkait fungsi kemudahan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan kepercayaan dan kualitas layanan dengan tingkat kepuasan pengguna.

2. Manfaat Manajerial:

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan strategis bagi manajemen wondr by BNI dalam merumuskan dan mengoptimalkan kebijakan pelayanan, khususnya dalam meningkatkan aspek kepercayaan, kualitas layanan, serta kemudahan penggunaan aplikasi. Dengan pemahaman yang lebih komprehensif, manajemen dapat menargetkan upaya peningkatan kepuasan pengguna secara efektif, yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif aplikasi mobile banking di pasar, terutama di wilayah Kota Semarang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepercayaan

Kepercayaan merujuk pada kesiapan suatu perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnisnya. Tingkat kepercayaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik secara individu maupun antarorganisasi, seperti kemampuan, integritas, kejujuran, dan sikap baik (Rosmalia Ekadany et al., n.d.). Dalam konteks digital, membangun kepercayaan menjadi lebih menantang, sehingga perusahaan cenderung menerapkan aturan yang lebih ketat terhadap mitra bisnis online dibandingkan mitra konvensional. Hal ini karena pelaku bisnis sering kali khawatir terhadap risiko tidak terpenuhinya standar kualitas, lokasi pengiriman, maupun ketepatan waktu layanan atau produk yang dijanjikan dan kekhawatiran ini berlaku dua arah.

Deutsch (1962) menjelaskan kepercayaan sebagai kondisi psikologis ketika seseorang bersedia mengambil risiko karena yakin pihak lain akan berperilaku sesuai harapan. Dengan demikian, kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan yang mendorong individu untuk bergantung pada orang lain dan menjadi dasar dalam membangun hubungan sosial yang harmonis dan saling menghargai. Adapun indikator kepercayaan antara lain : Sesungguhnya/ketulusan (*benevolence*), kemampuan (*ability*) dan integritas (*integrity*) (Tirtayasa et al., n.d.)

2.1.2 Kualitas Layanan

Berdasarkan pengertiannya, kualitas dapat dipahami sebagai suatu kondisi yang terus berkembang dan memengaruhi berbagai aspek seperti produk, layanan, individu, proses, serta lingkungan, yang semuanya diarahkan untuk memenuhi bahkan melampaui ekspektasi. Sementara itu, menurut (Hamzah et al., 2024) layanan merupakan aktivitas atau tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Oleh karena itu, kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, disertai ketepatan dalam proses penyampaian untuk menyesuaikan dengan harapan konsumen. Dalam pandangan lain, kualitas layanan juga bisa dimaknai sebagai suatu hal yang harus dilaksanakan dengan optimal oleh penyedia jasa.

Menurut Juran (1992), kualitas adalah kesesuaian produk atau layanan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas berkaitan dengan kecocokan produk terhadap

standar atau spesifikasi yang ditetapkan. Sementara itu, Dengan demikian, kualitas mencakup kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi standar dan harapan pelanggan secara konsisten, baik dari hasil akhir maupun prosesnya, sehingga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Adapun indikator kualitas layanan meliputi : *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati)

2.1.3 Peran Digitalisasi

Digitalisasi dalam sektor perbankan merupakan inovasi yang terus berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi. Tujuannya adalah meningkatkan efisiensi layanan sekaligus memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. Dalam hal ini, Bank BSI telah memanfaatkan beragam layanan digital, seperti mobile banking dan internet banking, untuk memperbaiki kualitas dan kenyamanan pengalaman pengguna. Perbankan digital semakin menarik perhatian konsumen di berbagai negara, terutama generasi milenial yang sangat akrab dengan teknologi dan menginginkan layanan yang lebih cepat serta praktis. Kemudahan penggunaan teknologi dapat dilihat di berbagai aspek kehidupan, mulai dari transportasi, pemasaran, hingga transaksi online (Alifandi & Fasa, 2024).

Bagi generasi milenial, akses perbankan menjadi lebih mudah dan nyaman dengan adanya smartphone yang semakin canggih. Namun, pola hidup yang serba cepat ini sering membuat mereka kurang mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum melakukan transaksi. Banyak yang tergoda oleh promo belanja, diskon, dan berbagai penawaran menarik tanpa memikirkan prioritas. Perbankan digital pada dasarnya menyediakan layanan yang serupa dengan perbankan konvensional, tetapi seluruhnya dilakukan secara mandiri melalui aplikasi di ponsel pintar. Melalui sistem ini, nasabah dapat mengakses layanan keuangan secara self-service tanpa perlu mendatangi kantor bank secara langsung (Anggraeni et al., 2021).

2.1.4 Kepuasan Pengguna

Menurut (Wulandari, n.d.), kepuasan pengguna merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja nyata suatu layanan dengan harapan mereka sebelumnya. Apabila kinerja layanan melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas, namun jika kinerja tersebut tidak memenuhi harapan, rasa kecewa akan muncul. Oleh karena itu, penyedia layanan perbankan digital harus memastikan bahwa aplikasi mobile banking yang mereka tawarkan mudah digunakan dan memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna agar dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

Kepuasan pengguna merupakan respon atau penilaian konsumen terhadap pengalaman mereka saat menggunakan produk atau layanan. Menurut penggunaannya sesuai atau melebihi ekspektasi. Dengan demikian, kepuasan pengguna tidak hanya menjadi indikator kualitas produk atau layanan, tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas konsumen. Indikator pada kepuasan pengguna diantaranya : Kesesuaian harapan pengguna, hasil kinerja layanan yang diterima, penilaian keseluruhan, layanan dari pengguna yang diterima (Rena Deliyana et al., 2022)

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Kepercayaan memainkan peran penting dalam hubungan antara pengguna dan penyedia layanan. Saat pengguna merasa bahwa layanan tersebut dapat diandalkan, aman, dan jujur, mereka akan merasa lebih nyaman dan puas. Dalam layanan digital seperti mobile banking, kepercayaan mengurangi rasa khawatir pengguna dan meningkatkan keyakinan terhadap kualitas layanan. Jika kepercayaan terganggu, kepuasan pun akan menurun. Oleh karena itu, membangun kepercayaan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut penelitian (Nurazizah & T. Teviana, 2025) hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking BSI. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi menjadi salah satu faktor yang mendorong kepuasan, karena nasabah merasa bahwa aplikasi tersebut mudah dioperasikan dan tidak membutuhkan usaha yang rumit.

H1: Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Kualitas layanan menjadi elemen penting yang berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi, maka kepuasan pengguna cenderung meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang lamban, tidak tanggap, atau tidak sesuai harapan dapat menurunkan tingkat kepuasan. Pada layanan digital seperti mobile banking atau aplikasi publik, kualitas layanan meliputi tampilan yang mudah digunakan, perlindungan data yang baik, serta performa sistem yang cepat dan stabil. Semakin baik penilaian pengguna terhadap aspek-aspek ini, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas, terus menggunakan layanan, dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut (Sophia et al., 2025) Tangibles berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan karena memberikan kesan awal dan pengalaman langsung. Aspek fisik ini

memengaruhi persepsi kualitas, membangun kepercayaan, serta membedakan layanan dari pesaing. Oleh karena itu, peningkatan elemen tangibles perlu menjadi fokus untuk menjaga kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

2.2.3 Peran Digitalisasi memoderasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Elemen kepercayaan berperan penting dalam menghubungkan fungsi digitalisasi dengan tingkat kepuasan konsumen, karena keduanya saling terkait dalam lingkungan elektronik. Transformasi digital, yang mencakup perubahan metode tradisional menjadi sistem online seperti aplikasi seluler atau situs belanja daring, sangat membutuhkan keyakinan pengguna agar dapat beroperasi dengan baik. Apabila tingkat kepercayaan tinggi contohnya, terkait perlindungan informasi dan keterbukaan digitalisasi mampu memperbesar jangkauan layanan, meningkatkan produktivitas, dan akhirnya, menaikkan kepuasan konsumen melalui interaksi yang mulus dan disesuaikan.

Di lain pihak, defisit kepercayaan, seperti yang disebabkan oleh kasus bocor data atau algoritma yang tidak adil, dapat mengurangi efektivitas digitalisasi. Orang-orang mungkin menjauhi platform elektronik, memperlambat penerimaan teknologi, dan menurunkan kepuasan konsumen akibat rasa kesal atau bahaya yang terdeteksi. Penelitian dari lembaga seperti Forum Ekonomi Dunia mengungkapkan bahwa kepercayaan di dunia maya berkaitan erat dengan kesetiaan pelanggan, dengan 70% pembeli lebih menyukai brand yang jujur dalam mengelola data pribadi. Oleh sebab itu, bisnis perlu menumbuhkan kepercayaan lewat standar keamanan bersertifikat, dialog yang transparan, dan penanganan masalah yang cepat. Dengan cara ini, kepercayaan bukan hanya mendukung digitalisasi sebagai sarana inovasi, melainkan juga menjamin kepuasan konsumen yang stabil, yang mendorong ekspansi usaha dan partisipasi sosial yang lebih luas. Secara umum, kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Penyesuaian layanan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan, terutama generasi MZ, dapat meningkatkan tingkat kepuasan sekaligus memperkuat kepercayaan mereka dalam jangka panjang (Rita Suminar et al., 2025).

H3: Peran digitalisasi memoderasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna

2.2.4 Peran Digitalisasi memoderasi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Kepercayaan memegang peran penting dalam membentuk pandangan positif pelanggan terhadap suatu layanan. Ketika pelanggan yakin bahwa produk atau layanan yang mereka

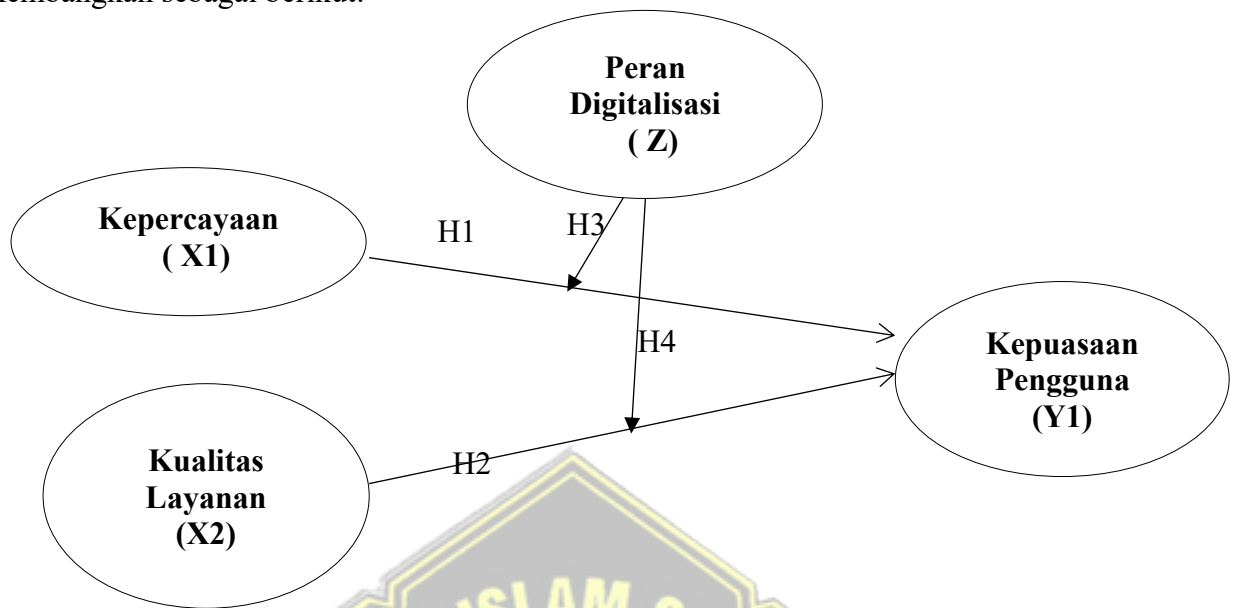
gunakan bersifat aman, jujur, dan dapat dipercaya, mereka akan merasa lebih nyaman dalam mengakses dan menggunakannya. Rasa percaya ini membantu mengurangi kekhawatiran terkait risiko seperti kesalahan teknis, penipuan, atau pelanggaran data, sehingga menciptakan rasa aman dan keyakinan dalam berinteraksi dengan layanan tersebut. Selain itu, kepercayaan turut memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara langsung. Layanan yang dapat dipercaya biasanya memberikan ketenangan batin dan kepuasan emosional, karena pelanggan merasa terlindungi dan dihargai. Pengalaman positif tanpa rasa cemas ini meninggalkan kesan yang kuat, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan dan keinginan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain. Menurut (Nandya Eka Sari & Teddy Oswari, 2020) .

Sebaliknya, kurangnya kepercayaan seperti yang sering terjadi akibat insiden kebocoran data, algoritma yang bias, atau komunikasi yang tidak transparan—dapat melemahkan peran digitalisasi. Pengguna mungkin menghindari platform digital, mengurangi partisipasi, dan menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan akibat frustrasi, ketidakpuasan, atau persepsi risiko. Data dari survei seperti yang dilakukan oleh Edelman Trust Barometer menunjukkan bahwa 81% konsumen berhenti berinteraksi dengan merek yang kehilangan kepercayaan, yang langsung mempengaruhi loyalitas dan retensi pelanggan. Untuk memperkuat hubungan ini, organisasi perlu membangun kepercayaan melalui praktik seperti sertifikasi keamanan, umpan balik pengguna, dan regulasi data yang ketat. Dengan kepercayaan yang solid, digitalisasi tidak hanya menjadi alat inovasi, tetapi juga pendorong kepuasan pelanggan jangka panjang, yang mendukung pertumbuhan bisnis dan inklusi sosial.

H4: Peran digitalisasi memoderasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna

2.3 Model Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis, model penelitian dikembangkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yakni metode penelitian yang menitikberatkan pada proses pengumpulan serta analisis data dalam bentuk angka atau data statistik. Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk melakukan pengukuran terhadap variabel-variabel tertentu secara objektif dan menguji hipotesis yang telah disusun sebelumnya berdasarkan teori atau hasil penelitian terdahulu. Dalam pelaksanaannya, penelitian kuantitatif umumnya diawali dengan identifikasi masalah dan penyusunan hipotesis yang berpijak pada dasar teori yang kokoh. Hipotesis tersebut kemudian diuji melalui data empiris yang dikumpulkan dalam bentuk numerik, seperti melalui penyebaran kuesioner tertutup, survei dengan skala Likert, atau pelaksanaan eksperimen yang terstruktur. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode statistik, baik yang bersifat deskriptif maupun inferensial, guna menentukan validitas hipotesis yang telah diajukan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus utama dalam suatu penelitian. Populasi mencakup semua individu atau kelompok yang relevan dan memiliki potensi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah populasi bisa bersifat terbatas maupun tidak terbatas, tergantung pada ruang lingkup dan konteks studi yang dilakukan. Populasi penelitian ini yaitu nasabah yang sudah menggunakan aplikasi wondr by BNI Kota Semarang dengan jumlah pengguna yang tidak diketahui.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih untuk merepresentasikan keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian kecil yang diambil dari populasi. Dalam hal ini, sampel terdiri dari pengguna atau nasabah aplikasi wondr by BNI yang berdomisili di Kota Semarang, dengan jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti. Dalam studi ini, digunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel non-probabilitas di mana pemilihan responden dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Pemilihan kriteria tersebut dianggap sesuai karena diyakini mampu

mendukung pencapaian tujuan penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi ini, digunakan rumus Cochran yang sesuai untuk populasi besar dengan jumlah yang tidak diketahui, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (\text{Sugiyono, 2018})$$

Dimana:

- n = Ukuran Sampel
- z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96
- p = Peluang Benar sebesar 50% = 0,5
- q = Peluang Salah sebesar 50% = 0,5
- e = *Margin of Error* sebesar 10%

Perhitungan:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,10)^2}$$

= 96,00 (dibulatkan menjadi 100 pengguna wondr by BNI)

3.3 Devinisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala Likert
1	Kepercayaan	Persepsi responden Responden percaya bahwa pihak yang dipercaya, seperti bank atau aplikasi, dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan baik, sehingga merasa aman bertransaksi dan menyerahkan data meski ada risiko.	1. Sesungguhnya/ketulusan (<i>benevolence</i>) 2. kemampuan (<i>ability</i>) 3. integritas (<i>integrity</i>) (Tirtayasa et al., n.d.)	Skala likert 1-5
	Kualitas layanan	Kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan terhadap seberapa baik layanan yang diterima sesuai atau	1. <i>Tangibels</i> (bukti langsung) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	Skala likert 1-5

		melampaui harapan mereka terhadap suatu layanan atau produk.	4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Empathy</i> (empati) (Daga et al., n.d.)	
	Peran Digitilisasasi	Kemudahan digitalisasi secara operasional didefinisikan sebagai tingkat kesederhanaan, efisiensi, dan aksesibilitas dalam proses adopsi, implementasi, serta penggunaan teknologi digital oleh individu, organisasi, atau masyarakat	1. Kemampuan mempercepat proses. 2. Kemampuan meningkatkan efektivitas. 3. Manfaat langsung bagi individu. (Zelin Sefiana & Fadlullah Hana, 2025)	Skala likert 1-5
	Kepuasan Pengguna	Kepuasan pelanggan merujuk pada penilaian konsumen terhadap apakah layanan, produk, atau pengalaman yang diperoleh telah memenuhi bahkan melampaui harapan yang dimiliki.	1. Kesesuaian harapan pengguna 2. Hasil kinerja layanan yang diterima 3. Penilaian keseluruhan layanan dari pengguna yang diterima (Rena Deliyana et al., 2022)	Skala likert 1-5

3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini memakai pendekatan analisis data secara kuantitatif dengan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS (Partial Least Squares) sebagai alat bantu dalam proses pengolahan dan analisis data. Pemilihan SmartPLS didasarkan pada kemampuannya dalam menangani model struktural yang kompleks, terutama dalam menganalisis hubungan antar variabel laten yang dapat bersifat reflektif maupun formatif. Selain itu, SmartPLS juga tetap efektif digunakan meskipun jumlah sampel yang digunakan tidak terlalu besar. Metode ini merupakan bagian dari Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varian, yang memungkinkan peneliti untuk melakukan pengujian terhadap model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model) secara bersamaan.

3.4.1 Pengujian Outer Model

Outer model digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator dapat merepresentasikan konstruk laten secara akurat. Dalam analisis menggunakan SmartPLS,

pengujian model pengukuran ini melibatkan tiga aspek utama, yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Penjelasan masing-masing aspek dijabarkan sebagai berikut:

1. Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi dan menggambarkan konsep yang sama. Pengujian ini dilakukan melalui dua indikator utama: Outer Loading: Menggambarkan seberapa besar kontribusi suatu indikator terhadap konstruk yang diukurnya. Nilai yang dianggap baik adalah $\geq 0,70$. Jika nilai berada antara 0,50 hingga 0,70, maka indikator masih bisa dipertahankan apabila indikator lain dalam konstruk tersebut memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Average Variance Extracted (AVE): Menunjukkan jumlah varians rata-rata yang berhasil dijelaskan oleh indikator terhadap konstruk laten. AVE dinyatakan memenuhi kriteria apabila $\geq 0,50$, yang berarti konstruk menjelaskan minimal 50% dari total varians indikator.

2. Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Validitas diskriminan memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dan tidak saling tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Dua pendekatan yang digunakan untuk menguji validitas ini adalah: Cross Loading: Indikator harus memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan konstruk lain dalam model.

Kriteria Fornell-Larcker: Validitas diskriminan dianggap terpenuhi apabila akar kuadrat nilai AVE dari suatu konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator lebih merepresentasikan konstruk yang mereka ukur dibandingkan konstruk lain.

3. Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk yang dituju. Dua ukuran reliabilitas yang digunakan adalah: Composite Reliability (CR): Menilai keandalan indikator dalam satu konstruk secara menyeluruh. Nilai yang baik adalah $\geq 0,70$, yang menunjukkan konsistensi yang tinggi antar indikator. Cronbach's Alpha: Mengukur tingkat konsistensi internal antar indikator berdasarkan variansi. Umumnya nilai $\geq 0,70$ dianggap memadai. Namun, dalam konteks penelitian yang bersifat eksploratif, nilai $\geq 0,60$ masih dapat diterima.

3.4.2 Pengujian Inner Model

Setelah model pengukuran (outer model) terbukti valid dan reliabel, tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap model struktural (inner model). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menilai kekuatan serta arah hubungan antar konstruk laten yang terdapat dalam model penelitian.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan varian dari variabel dependen.

Interpretasi nilai R^2 menurut Hair et al. (2014):

$R^2 \geq 0,75 \rightarrow$ pengaruh kuat

$R^2 \geq 0,50 \rightarrow$ pengaruh sedang

$R^2 \geq 0,25 \rightarrow$ pengaruh lemah

Dengan demikian, nilai R^2 membantu mengevaluasi sejauh mana kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen.

2. Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Koefisien jalur menunjukkan besarnya pengaruh langsung antara satu konstruk laten dengan konstruk lainnya dalam model. Arah hubungan bisa positif atau negatif. Nilainya berada dalam rentang -1 hingga +1 dalam bentuk nilai standar (standardized). Semakin besar nilai absolutnya, semakin kuat hubungan antar variabel.

3. Uji Signifikansi (Bootstrapping)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi statistik dari setiap hubungan dalam model. Teknik bootstrapping dilakukan dengan mengambil sampel ulang (resampling) dari data asli sebanyak ribuan kali (misalnya: 5.000 subsample). Hasil pengujian dianalisis menggunakan dua ukuran utama: t-statistic \rightarrow hubungan dianggap signifikan jika nilai $t > 1,96$ pada tingkat signifikansi 5%. p-value \rightarrow hasil signifikan jika p-value $< 0,05$.

3.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi dugaan terhadap populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Melalui pendekatan ini, penarikan kesimpulan dalam penelitian dilakukan berdasarkan bukti empiris, bukan sekadar asumsi atau pendapat pribadi. Arah hipotesis, apakah bersifat positif atau negatif, dapat diinterpretasikan dari nilai koefisien jalur (path coefficient). Jika

nilai koefisien tersebut berada di atas nol hingga mendekati satu ($>0-1$), maka hipotesis menunjukkan hubungan yang positif. Sebaliknya, apabila nilai koefisien kurang dari nol hingga mendekati minus satu (<0 hingga -1), maka hipotesis menunjukkan hubungan yang negatif (Sugiyono, 2019). Selain itu, untuk mengetahui apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik, dilakukan uji bootstrapping yang menghasilkan nilai t-statistic dan p-value. Nilai-nilai ini menjadi dasar dalam menentukan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak.



BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden berisi informasi terkait identitas para peserta penelitian, seperti nama, jenis kelamin, usia, serta tingkat pendidikan terakhir, dalam studi kasus pengguna aplikasi Wondr by BNI di Kota Semarang. Penulis memulai pembahasan dengan menguraikan karakteristik responden, kemudian menyajikan analisis statistik deskriptif, serta analisis data yang mencakup pengujian inner model, outer model, dan uji hipotesis. Dari kuesioner yang berhasil dikumpulkan, terdapat 100 responden dengan identitas dasar sebagai berikut:

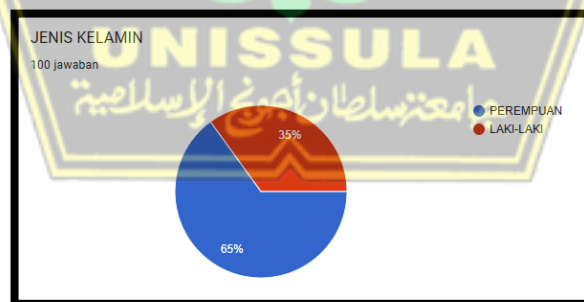
4.1.1 Identitas Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Perempuan	65	65%
2	Laki-laki	35	35 %
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Identitas responden tertera pada tabel tersebut di atas. Pengguna dengan jumlah terbanyak adalah perempuan sebanyak 65 pelanggan. Sementara pengguna laki – laki sebanyak 35 pengguna atau 35 % dari total responden yang menjawab kuesioner.



Gambar 4.1 Jenis Kelamin

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

4.1.2 Identitas berdasarkan Usia

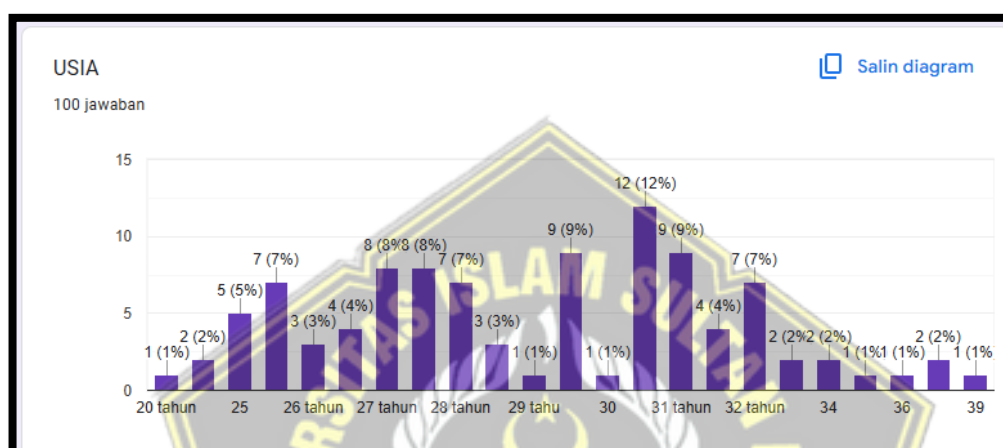
Tabel 4.2 Usia Responden

Umur	Jumlah	Prosentase
20 - 30 tahun	71	71 %

30 – 40 tahun	29	29 %
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Hasil sebaran kuesioner dengan identitas umur responden tertera secara lengkap pada tabel di atas. Kriteria umur dengan jumlah terbanyak adalah umur responden 20-30 tahun sebanyak 71 pengguna atau 71 %. Adapun kriteria umur dengan jumlah paling sedikit adalah umur responden 30 – 40 tahun sebanyak 29 pengguna atau 29% jadi total responden yang menjawab kuesioner 100 %.



Gambar 4.2 Usia Responden

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

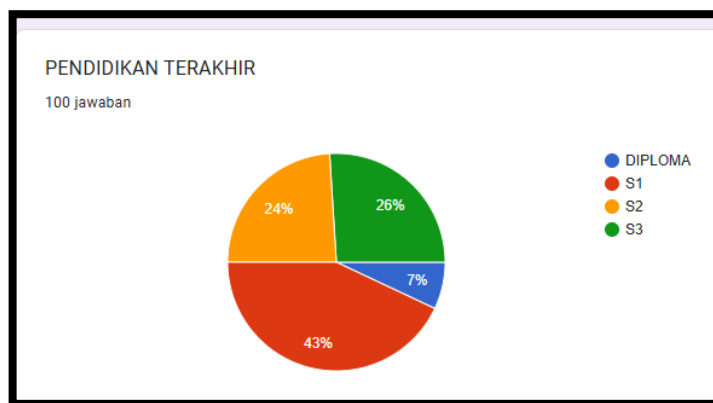
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Prosentase
DIPLOMA	7	7 %
S1	43	43 %
S2	24	24 %
S3	26	26 %
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Sebaran hasil kuesioner yang terkumpul dengan kriteria pendidikan terakhir secara lengkap pada tabel diatas. Nilai tertinggi adalah pendidikan terakhir S1 yakni sebanyak 43 responden atau 43 % dan nilai terendah adalah Diploma yakni sebanyak 7 responden atau 7 % dari keseluruhan pengguna yang mengisi kuesioner.



Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir Responden

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai jawaban para responden. Pada penelitian ini, analisis dilakukan terhadap data yang diperoleh dari studi kasus pengguna aplikasi Wondr By BNI di Kota Semarang. Statistik deskriptif menampilkan ringkasan data berdasarkan seluruh jawaban responden pada setiap pertanyaan, sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola jawaban serta melihat kecenderungan umum responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah: 1

Skor penilaian tertinggi adalah: 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variable sebagai berikut:

1. 1,00 – 1,80 = Sangat Rendah

2. 1,81 – 2,60 = Rendah

3. 2,61 – 3,40 = Sedang

4. 3,41 – 4,20 = Tinggi

5. 4,21 – 5,00 = Sangat Tinggi

4.2.1 Statistik Deskriptif Kepercayaan

Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Kepercayaan

Variabel	Indikator	Keterangan	Skor	Keterangan
----------	-----------	------------	------	------------

			Frekuensi Jawaban Responden						
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
Kepercayaan	1	Frekuensi	0	0	7	51	42	4,35	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	0	0	21	204	210		
	2	Frekuensi	0	0	4	41	55	4,51	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	0	0	12	164	275		
	3	Frekuensi	0	0	3	35	62	4,59	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	0	0	9	140	310		
Skor rata-rata							4,48	Sangat Tinggi	

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Variabel kepercayaan terdiri dari 3 indikator yaitu : Saya merasa aplikasi Wondr by BNI memiliki niat yang baik dalam melayani penggunaannya. Saya merasa pihak Wondr by BNI berupaya menjaga hubungan jangka panjang dengan penggunaannya. Saya yakin Wondr by BNI tidak akan memanfaatkan data pribadi saya untuk hal yang merugikan. Berdasarkan tabel 4.4 hasil skor rata rata yaitu 4,48 ini termasuk dalam kategori sangat tinggi , yang berada dalam interval $4,21 - 5,00 =$ sangat tinggi.

Nilai tertinggi pada tabel 4.4 yaitu pada indikator ke 3 dengan skor 4,59. Dimana pada indikator ke tiga ini dengan item pertanyaan “Saya yakin Wondr by BNI tidak akan memanfaatkan data pribadi saya untuk hal yang merugikan”. Hal ini menandakan bahwa pengguna memberikan kepercayaan penuh terhadap apa yang diberikan oleh Wondr By BNI. Adapun nilai skor terendah terdapat pada indikator 1 “Saya merasa aplikasi Wondr by BNI memiliki niat yang baik dalam melayani penggunaannya” yang memperoleh skor 4, 35 masih termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Namun ada 7 respnden yang menjawab netral sebanyak 7 orang .

4.2.2 Statistik Deskriptif Kualitas Layanan

Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Keterangan	Frekuensi Jawaban Responden					Skor	Keterangan
			STS (1)	TS (1)	N (1)	S (4)	SS (5)		
Kualitas Layanan	1	Frekuensi	4	4	11	49	32	4,01	Tinggi
		Hasil Indeks	4	8	33	196	160		
	2	Frekuensi	3	0	7	36	54	4,38	

		Hasil Indeks	3	0	21	144	27-		Sangat Tinggi
3	Frekuensi	2	0	11	28	59	4,42	Sangat Tinggi	
	Hasil Indeks	2	0	33	28	59			
4	Frekuensi	1	0	4	42	53	4,46	Sangat Tinggi	
	Hasil Indeks	1	0	12	168	265			
5	Frekuensi	3	2	3	46	46	4,3	Sangat Tinggi	
	Hasil Indeks	3	4	9	184	230			
Skor rata-rata								4,31	Sangat Tinggi

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Variabel kepercayaan terdiri dari 5 indikator yaitu : Informasi dan menu yang tersedia dalam Wondr by BNI mudah dibaca dan dipahami. Aplikasi Wondr by BNI jarang mengalami gangguan atau kesalahan sistem. Wondr by BNI tanggap dalam menanggapi keluhan atau masalah pengguna. Wondr by BNI menjamin kerahasiaan dan keamanan data pribadi saya. Wondr by BNI memberikan layanan yang memperhatikan kenyamanan pengguna. Berdasarkan tabel 4.5 hasil skor rata rata yaitu 4,31 ini termasuk dalam kategori sangat tinggi, yang berada dalam interval $4,21 - 5,00 =$ sangat tinggi.

Nilai tertinggi pada tabel 4.5 yaitu pada indikator ke 4 dengan skor 4,46. Dimana pada indikator ke empat ini dengan item pertanyaan “Wondr by BNI menjamin kerahasiaan dan keamanan data pribadi saya” Hal ini menandakan bahwa pengguna pihak BNI sangat menjamin kerahasiaan dan keamanan data pribadi pengguna Wondr By BNI. Adapun nilai skor terendah terdapat pada indikator yaitu pada item pertanyaan “ Informasi dan menu yang tersedia dalam Wondr by BNI mudah dibaca dan dipahami. Hal ini menandakan ada sebagian responden yang merasa bahwa informasi dan menu yang terdapat pada aplikasi Wondr By BNI masih sulit dan tidak mudah dipahami.

4.2.3 Statistik Deskriptif Peran Digitalisasi

Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Peran Digitalisasi

Variabel	Indikator	Keterangan	Frekuensi Jawaban Responden	Skor	Keterangan
----------	-----------	------------	-----------------------------	------	------------

			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
Peran Digitalisasi	1	Frekuensi	2	0	10	52	36	4,2	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	2	0	30	208	180		
	2	Frekuensi	0	1	7	44	48	4,39	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	0	22	21	176	240		
	3	Frekuensi	2	0	5	38	55	4,44	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	2	0	15	152	275		
Skor rata-rata								4,33	Sangat Tinggi

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Variabel peran digitalisasi terdiri dari 3 indikator yaitu : Apakah Wondr BNI mempercepat proses transaksi perbankan (misalnya, transfer atau pembayaran) dibandingkan metode konvensional?. Apakah Wondr BNI membantu Anda mencapai tujuan keuangan dengan sumber daya digital yang lebih efisien (misalnya, tanpa perlu datang ke cabang)?. Apakah Wondr BNI memberikan manfaat pribadi langsung, seperti penghematan waktu untuk urusan keuangan sehari-hari?. Berdasarkan tabel 4.6 hasil skor rata rata yaitu 4,33 ini termasuk dalam kategori sangat tinggi , yang berada dalam interval 4,21 – 5,00 = sangat tinggi.

Nilai tertinggi pada tabel 4.6 yaitu pada indikator ke 3 dengan skor 4,44. Dimana pada indikator ke tiga ini dengan item pertanyaan “Apakah Wondr BNI memberikan manfaat pribadi langsung, seperti penghematan waktu untuk urusan keuangan sehari-hari” Hal ini menandakan bahwa responden sangat merasa manfaat dengan adanya peran digitalisasi dengan adanya Wondr By BNI. Karena dengan adanya aplikasi ini para responden dapat menghemat waktu untuk urusan keuangan sehari- hari tanpa harus keluar rumah .Adapun nilai skor terendah terdapat pada indikator yaitu pada item pertanyaan “ Apakah Wondr BNI mempercepat proses transaksi perbankan (misalnya, transfer atau pembayaran) dibandingkan metode konvensional?”. Hal ini menandakan ada sebagian responden yang merasa bahwa mereka lebih senang bertransaksi secara langsung atau konvensional dibandingkan dengan memanfaatkan peran digitalisasi.

4.2.4 Statistik Deskriptif Kepuasan Pengguna

Tabel 4.7 Deskripsi Kepuasan Pengguna

Variabel	Indikator	Keterangan	Skor	Keterangan
----------	-----------	------------	------	------------

			Frekuensi Jawaban Responden						
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)		
Kepuasan Pengguna	1	Frekuensi	2	2	8	48	40	4,22	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	2	4	24	192	200		
	2	Frekuensi	1	0	4	32	63	4,56	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	1	0	12	128	315		
	3	Frekuensi	0	0	8	50	42	4,34	Sangat Tinggi
		Hasil Indeks	0	0	24	200	210		
Skor rata-rata							4,37	Sangat Tinggi	

Sumber: Data Jawaban Kuesioner 2025

Variabel kepuasan pengguna terdiri dari 3 indikator yaitu : Fitur dan layanan dalam Wondr by BNI sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna. Wondr by BNI memberikan hasil layanan yang cepat, tepat, dan akurat. Secara keseluruhan, saya merasa puas menggunakan aplikasi Wondr by BNI. Berdasarkan tabel 4.7 hasil skor rata rata yaitu 4,37 ini termasuk dalam kategori sangat tinggi , yang berada dalam interval $4,21 - 5,00 =$ sangat tinggi.

Nilai tertinggi pada tabel 4.7 yaitu pada indikator ke 3 dengan skor 4,44. Dimana pada indikator ke dua ini dengan item pertanyaan “. Wondr by BNI memberikan hasil layanan yang cepat, tepat, dan akurat.” Hal ini menandakan bahwa responden merasa puas terhadap layanan yang diberikan Wondr By BNI, responden merasa puas karena hasil layanan yang diberikan cepat, tepat dan akurat.. Adapun nilai skor terendah terdapat pada indikator yaitu pada item pertanyaan “ Fitur dan layanan dalam Wondr by BNI sesuai dengan kebutuhan saya sebagai pengguna “. Hal ini menandakan ada sebagian responden yang merasa bahwa kebutuhan yang mereka inginkan tidak terdapat di Wondr By BNI.

4.3 Analisis Uji Instrumental

4.3.1 Pengujian *Outer Model* (Pengukuran Model)

Outer model, yang sering disebut sebagai model pengukuran, merupakan komponen penting dalam analisis PLS-SEM karena berfungsi menggambarkan keterkaitan antara variabel laten dan indikator-indikator yang menyusunnya. Melalui model ini, peneliti dapat memastikan bahwa setiap konstruk laten direpresentasikan oleh indikator yang memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Dalam penerapannya melalui SmartPLS, outer model

digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana indikator mampu mencerminkan konstruk laten secara konsisten dan tepat. Proses evaluasi ini meliputi penilaian validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas, sehingga instrumen penelitian dapat dipastikan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut Menurut Ghozali (2023).

4.3.1.1 *Convergent Validity*

Convergent Validity digunakan untuk menilai kemampuan indikator dalam merefleksikan konstruk laten. Penilaian ini dilakukan melalui nilai loading factor, di mana semakin besar nilai loading, semakin baik indikator tersebut menggambarkan konstruk. Ghozali (2023) menjelaskan bahwa loading factor $\geq 0,70$ dianggap memenuhi validitas, sementara nilai 0,50–0,60 masih dapat diterima pada tahap awal pengembangan instrumen. Indikator dengan loading di bawah 0,50 umumnya dinilai tidak memadai dan sebaiknya dieliminasi dari model.

Tabel 4.8 Hasil Outer loading Convergen Validity

	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Layanan	Peran Digitalisasi	Peran digitalisasi x Kepercayaan	Peran digitalisasi x Kualitas Layanan
X1.1	0.984					
X1.2	0.913					
X1.3	0.895					
X2.1			0.970			
X2.2			0.922			
X2.3			0.897			
X2.4			0.886			
X2.5			0.870			
Z.1		0.980				
Z.2		0.905				
Z.3		0.974				
Y1.1				0.976		
Y1.2				0.885		
Y1.3				0.948		
Peran digitalisasi x Kepercayaan					1.000	

Peran digitalisasi x Kualitas Layanan						1.000
---------------------------------------	--	--	--	--	--	-------

Sumber : Data Primer 2025

4.3.1.2 Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) merupakan salah satu kriteria utama dalam menilai validitas konvergen pada model pengukuran. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila nilai AVE lebih besar dari 0,50, yang berarti lebih dari setengah varians indikator mampu dijelaskan oleh variabel laten yang diukur. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 3.0 yang ditampilkan pada Tabel 4.9, seluruh variabel dalam penelitian ini memperoleh nilai AVE di atas 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang memadai dalam menjelaskan varians indikatornya, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, instrumen penelitian dianggap layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya karena indikator-indikatornya berhasil merepresentasikan konstruk secara konsisten.

Tabel 4.9 *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Rata-rata Varians Diekstraks (AVE)
Kepuasan Pengguna	0.910
Peran Digitalisasi	0.878
Kepercayaan	0.868
Kualitas Layanan	0.827

Sumber : Data Primer 2025

4.3.1.3 Validitas deskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain. Artinya, indikator-indikator dalam suatu variabel laten harus lebih kuat mencerminkan konstruknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain. Salah satu acuan yang umum digunakan adalah nilai korelasi atau nilai pembeda antar konstruk yang harus berada di atas 0,70 agar dapat dinyatakan memenuhi validitas diskriminan. Berdasarkan hasil pengolahan data melalui SmartPLS 3.0 yang disajikan pada Tabel 4.10, seluruh variabel dalam penelitian ini memperoleh nilai validitas diskriminan lebih besar dari 0,70. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu dibedakan dengan baik dari konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian

dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, sehingga model dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya dengan tingkat keandalan yang memadai.

Tabel 4.10 Validitas Deskriminan

Variabel	Kepercayaan	Kepuasan Pengguna	Kualitas Layanan	Kualitas Layanan
Kepercayaan				
Kepuasan Pengguna				
Kualitas Layanan				
Peran Digital				
Peran Digital x Kepercayaan	0.318	0.269	0.267	0.282
Peran Digital x Kualitas Layanan	0.271	0.249	0.222	0.244

Sumber : Data Primer 2025

4.3.1.4 Composite reliability

Composite reliability digunakan untuk menilai konsistensi internal indikator dalam mengukur suatu konstruk laten. Dua ukuran yang paling sering digunakan dalam evaluasi reliabilitas adalah Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu konstruk dianggap memiliki reliabilitas yang baik apabila kedua nilai tersebut melebihi 0,70, karena angka tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel tersebut bekerja secara konsisten dalam mengukur konsep yang sama. Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada Tabel 4.11, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk seluruh variabel penelitian berada di atas 0,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat keandalan yang memadai, sehingga instrumen penelitian dapat dipercaya dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut. Dengan demikian, model penelitian dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi standar minimum uji reliabilitas.

Tabel 4.11 *Composite reliability*

	Cronbach's Alpha	Rho_A	Reliabilitas konstruk
Kepuasan Pengguna	0.950	0.953	0.968
Peran Digitalisasi	0.930	0.932	0.956
Kepercayaan	0.923	0.927	0.952

Kualitas Layanan	0.947	0.950	0.960
------------------	-------	-------	-------

Sumber data primer diolah , 2025

4.3.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi inner model bertujuan memastikan bahwa hubungan antar konstruk dalam model PLS dapat diprediksi dengan baik. Pengujian mencakup penilaian nilai R-square sebagai ukuran kekuatan penjelasan model, Q-square untuk mengukur kemampuan prediksi model terhadap data, serta uji hipotesis yang menilai signifikansi hubungan antar variabel laten melalui proses bootstrapping.

4.3.2.1 Coefficient of Determination (R-Square)

R-square merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kekuatan model dalam menerangkan perubahan pada variabel yang diprediksi. Nilai ini menunjukkan persentase variasi dari variabel terikat yang dapat diterangkan oleh variabel bebas. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1, berarti model semakin akurat dalam menggambarkan hubungan antar variabel. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menandakan bahwa variabel independen hanya memiliki kemampuan penjas yang kecil terhadap variabel dependen. Ghozali melihat R^2 sebagai ukuran yang menggambarkan seberapa besar perubahan pada variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Nilainya yang besar menjadi indikasi bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang baik (Ghozali,2016) Secara umum, R^2 dapat diklasifikasikan sebagai:

- 0.75 = kuat
- 0.50 = moderat
- 0.25 = lemah

Tabel 4.12 R Squire

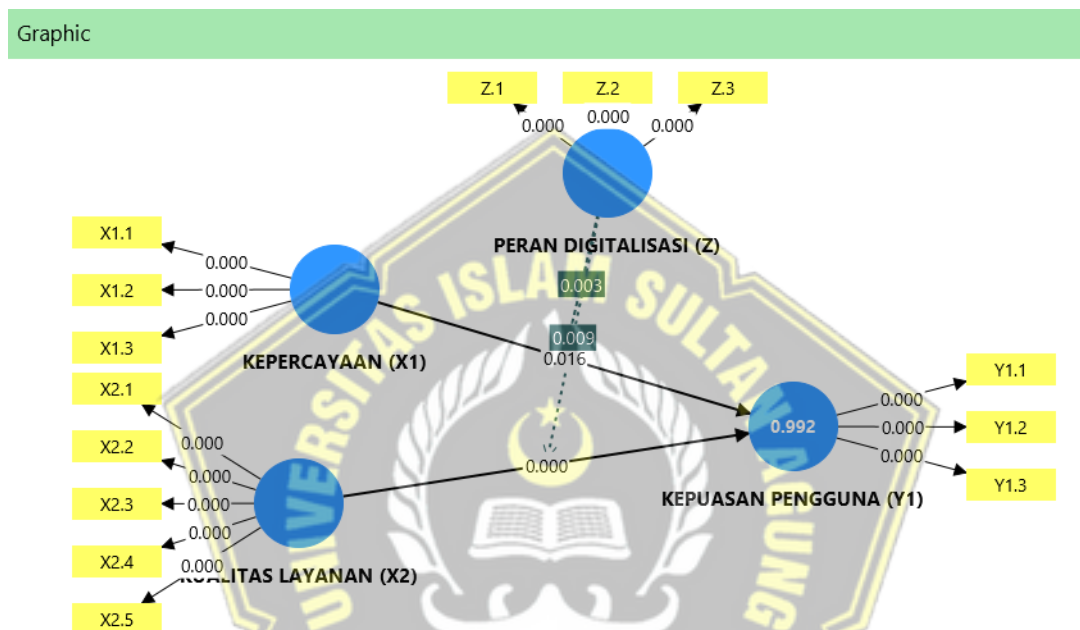
Variabel	<i>R Squire</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Kepuasan Pelanggan	0.992	0.992

Sumber data primer diolah , 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dan peran digitalisasi memiliki kemampuan moderat 0.992 dalam memprediksi model. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa r-square tersebut kuat karena memenuhi kriteria diatas 0,75.

4.3.2.3 Pengujian Bootstrapping (Uji Hipotesis)

Uji hipotesis dalam SmartPLS dilakukan untuk memastikan apakah hubungan antar konstruk dalam model terbukti secara statistik. Pengujian dilakukan melalui teknik bootstrapping, yang menghasilkan t-statistic dan p-value sebagai dasar keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis. Hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai t melewati batas kritis atau p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Dengan kriteria signifikansi p-value < 0.05 dan nilai signifikansi apabila nilai statistik > 1,96.



Gambar 4.4 Pengujian struktural

Sumber : data primer diolah , 2025

Tabel dibawah ini menjelaskan mengenai uji signifikansi pada setiap hipotesis yang berpengaruh secara langsung dan tidak langsung , sehingga telah diperoleh hasil output smart pls sebagai berikut :

Tabel 4.14 Uji Hipotesis Berpengaruh Langsung

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T Statistic	P value	Keterangan
Kepercayaan => Kepuasan Pengguna	0.197	0.201	0.082	2.415	0.016	Diterima
Kualitas Layanan	0.287	0.289	0.053	5.474	0.000	Diterima

=>Kepuasan Pengguna						
Peran Digitalisasi X Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna	-0.132	-0.137	0.044	3.009	0.003	Diterima
Peran Digitalisasi X Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna	0.112	0.118	0.043	2.599	0.009	Diterima

Berdasarkan olah data pada tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa :

- a. Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.197) dan T value 2.415 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0 di tolak dan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh sangat kuat , positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, diterima.
- b. Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.287) dan T value 5.474 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0 di tolak dan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat kuat , positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, diterima.
- c. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.-0132) dan T value 3.009 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0 di tolak dan H4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh sangat kuat , positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dan dimoderasi peran digitalisasi. Dengan demikian hipotesis ke empat yang

diajukan dalam penelitian ini adalah peran digitalisasi memoderasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna, diterima

- d. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.112) dan T value 2.599 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0 di tolak dan H4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dan dimoderasi peran digitalisasi. Dengan demikian hipotesis ke empat yang diajukan dalam penelitian ini adalah peran digitalisasi memoderasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna, diterima

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.197) dan T value 2.415 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0 di tolak dan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, diterima. Kepercayaan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap aplikasi Wondr by BNI. Saat pengguna merasa bahwa platform tersebut aman, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan, mereka akan merasa lebih nyaman dalam melakukan aktivitas maupun transaksi di dalamnya. Keamanan data, reliabilitas sistem, serta kredibilitas layanan mendorong pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi. Kondisi ini pada akhirnya meningkatkan rasa puas terhadap pengalaman penggunaan secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Putra & Diana Triwardhani, 2023) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee di Kota Solok. Hal ini juga sejalan dengan penelitian (Sudirman et al., 2020) kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.287) dan T value 5.474 > 1.96 dengan p value menunjukkan 0.000 < 0.05, maka H0

di tolak dan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah peran digitalisasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, diterima.

Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan pengguna *wondr by BNI*. Sebagai layanan digital dari Bank Negara Indonesia, kualitas layanan dapat dilihat dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan sistem, serta responsivitas layanan bantuan. Apabila aplikasi berjalan stabil, fitur mudah dipahami, dan keluhan pengguna ditangani dengan cepat, maka pengguna cenderung merasa puas. Sebaliknya, gangguan sistem atau pelayanan yang lambat dapat menurunkan tingkat kepuasan. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pengguna dalam memanfaatkan *wondr by BNI* sebagai sarana transaksi digital. Karena itu, semakin baik kualitas layanan yang diberikan *Wondr by BNI*, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan penggunanya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Elya Dasuki, 2021). Selain itu juga sejalan dengan penelitian (Samosir, 2005) kualitas pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang berarti dimensi kualitas pelayanan beserta indikator-indikatornya memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Perpustakaan USU.

4.4.3 Peran Digitalisasi Memoderasi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.-0132) dan T value $3.009 > 1.96$ dengan p value menunjukkan $0.000 < 0.05$, maka H0 di tolak dan H6 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dan dimoderasi peran digitalisasi. Dengan demikian hipotesis ke tiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah peran digitalisasi memoderasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna, diterima.

Digitalisasi berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara kepercayaan dan kepuasan pengguna *Wondr by BNI*. Sebagai layanan perbankan digital dari Bank Negara Indonesia, tingkat digitalisasi tercermin dari kecanggihan fitur, kemudahan akses, integrasi layanan, serta stabilitas sistem aplikasi. Ketika tingkat digitalisasi tinggi ditandai

dengan aplikasi yang responsif, aman, dan inovatif kepercayaan pengguna akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kepuasan. Artinya, kepercayaan tidak hanya meningkatkan kepuasan secara langsung, tetapi pengaruhnya menjadi lebih kuat karena didukung oleh sistem digital yang optimal. Sebaliknya, jika kualitas digitalisasi rendah, maka meskipun pengguna memiliki kepercayaan, tingkat kepuasan yang dirasakan bisa tidak maksimal. Dengan demikian, digitalisasi memperkuat (memoderasi) pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna dalam penggunaan Wondr by BNI.

4.4.4 Peran Digitalisasi Memoderasi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna dengan koefisien jalur Sampel asli (O) (0.112) dan T value $2.559 > 1.96$ dengan p value menunjukkan $0.000 < 0.05$, maka H_0 di tolak dan H_4 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat kuat, positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dan dimoderasi peran digitalisasi. Dengan demikian hipotesis ke empat yang diajukan dalam penelitian ini adalah peran digitalisasi memoderasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna, diterima.

Digitalisasi berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Wondr by BNI. Sebagai aplikasi perbankan digital dari Bank Negara Indonesia, tingkat digitalisasi terlihat dari kemudahan navigasi, kecepatan sistem, keamanan transaksi, serta inovasi fitur yang tersedia. Ketika sistem digital berjalan optimal dan terintegrasi dengan baik, kualitas layanan yang diberikan seperti respons cepat, transaksi lancar, dan fitur yang lengkap akan berdampak lebih besar terhadap kepuasan pengguna. Artinya, digitalisasi membuat pengaruh kualitas layanan menjadi lebih kuat dan signifikan. Sebaliknya, jika tingkat digitalisasi kurang memadai (misalnya aplikasi sering error atau lambat), maka kualitas layanan yang baik sekalipun tidak sepenuhnya meningkatkan kepuasan. Dengan demikian, digitalisasi memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna dalam penggunaan Wondr by BNI.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis jalur (path analysis) menggunakan SmartPLS, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Kesimpulan secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna
Pada penggunaan Wondr by BNI, semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap keamanan sistem, perlindungan data, dan keandalan transaksi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Kepercayaan memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan aktivitas perbankan digital melalui layanan dari Bank Negara Indonesia.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna
Kualitas layanan pada Wondr by BNI, seperti aplikasi yang mudah digunakan, proses transaksi yang cepat, serta layanan bantuan yang responsif, akan meningkatkan pengalaman pengguna. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah.
3. Peran digitalisasi memoderasi kepercayaan terhadap kepuasan pengguna
Digitalisasi memperkuat hubungan antara kepercayaan dan kepuasan. Jika sistem digital Wondr by BNI berjalan optimal, maka kepercayaan nasabah akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan.
4. Peran digitalisasi memoderasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna
Digitalisasi juga memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Wondr by BNI. Ketika sistem digital mendukung layanan secara maksimal, maka kualitas layanan yang baik akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Penguatan Kepercayaan Pengguna

Kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, sehingga manajemen perlu memfokuskan upaya untuk meningkatkan keyakinan pengguna terhadap Wondr by BNI. Langkah yang bisa diambil antara lain meningkatkan keamanan data, menyediakan informasi yang transparan, melindungi privasi pengguna, serta menyampaikan

kebijakan dan prosedur layanan secara jelas dan konsisten. Kepercayaan yang kuat akan membuat pengguna lebih nyaman dan loyal terhadap aplikasi.

2. Peningkatan Kualitas Layanan

Kualitas layanan yang baik terbukti signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Manajemen perlu memastikan layanan cepat, andal, aman, dan mudah digunakan. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kapasitas sistem, pelatihan karyawan, serta pemantauan dan evaluasi layanan secara rutin. Layanan yang memuaskan akan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dan meningkatkan pengalaman positif mereka.

3. Pengembangan Digitalisasi Layanan

Digitalisasi yang efektif meningkatkan kepuasan pengguna, sehingga pengembangan fitur digital harus menjadi prioritas. Manajemen perlu menghadirkan teknologi yang responsif, antarmuka yang mudah digunakan, dan proses transaksi yang praktis. Investasi pada teknologi yang inovatif dan proses digital yang efisien akan membantu pengguna menjalankan aktivitas dengan lebih mudah dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

4. Strategi Holistik untuk Meningkatkan Kepuasan Pengguna

Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara kepercayaan, kualitas layanan, dan digitalisasi secara simultan mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara maksimal. Oleh karena itu, manajemen Wondr by BNI perlu menerapkan strategi terpadu yang memperkuat ketiga aspek tersebut secara bersamaan agar pengguna mendapatkan pengalaman layanan yang optimal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, dan peran digitalisasi terhadap kepuasan pengguna pada aplikasi Wondr by BNI di Kota Semarang memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Keterbatasan Sampel dan Lokasi. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna Wondr by BNI yang berada di Kota Semarang. Hal ini membatasi generalisasi temuan, karena karakteristik pengguna di wilayah lain atau di kota besar dan kecil lainnya mungkin berbeda.
2. Keterbatasan Variabel Penelitian. Penelitian ini hanya menguji tiga variabel independen, yaitu kepercayaan, kualitas layanan, dan peran digitalisasi, terhadap kepuasan pengguna. Faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan, seperti promosi, harga, pengalaman pengguna sebelumnya, atau faktor sosial, tidak dimasukkan dalam analisis.

3. Keterbatasan Metode Pengumpulan Data. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis survei yang mengandalkan jawaban responden. Hal ini berpotensi menimbulkan bias subyektif, seperti keinginan responden untuk memberikan jawaban “ideal” atau tidak sepenuhnya jujur.
4. Keterbatasan Waktu dan Dinamika Layanan. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu, sehingga hasil yang diperoleh mungkin hanya mencerminkan kondisi pada saat penelitian. Perubahan fitur aplikasi, peningkatan layanan, atau pergeseran perilaku pengguna di masa depan dapat mempengaruhi relevansi temuan.
5. Keterbatasan Analisis Variabel Interaksi. Meskipun penelitian ini menilai pengaruh simultan antara variabel independen terhadap kepuasan, interaksi kompleks antarvariabel atau variabel mediasi/moderasi lainnya tidak dianalisis. Hal ini dapat menjadi peluang untuk penelitian lebih lanjut.



DAFTAR PUSTAKA

- ahmad sahri romadon, & risma nurhapsari. (2020). *Pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan e-banking pada bni 46 kc karangayu semarang dengan minat nasabah dan kepercayaan sebagai variabel medias.*
- Akob, r. A., & sukarno, z. (2022). Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank bumh di makassar. *Jurnal maksipreneur: manajemen, koperasi, dan entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Alifandi, t., & fasa, m. I. (2024). *Pengaruh digitalisasi banking terhadap kepuasan nasabah analysis of the influence of banking digitalization on customer satisfaction in using bsi bank in bandar lampung.* <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Amalia, p., & hastriana, a. Z. (2022). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan keamanan, dan fitur m-banking terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah indonesia (studi kasus bsi kcp sumenep). In *islamic sciences, sumenep* (vol. 1).
- Busrayan, i., & nasional, u. (n.d.). Analisis sentimen pelanggan terhadap aplikasi wondr by bni menggunakan naive bayes, support vector machine (svm), dan k-nearest neighbor (knn). *Journal of computer science and information technology.*
- Catur, f., suci, w., sofia, k., & dahlan, s. (2023). *The effect of security and trust on mobile banking customer satisfaction mediated by convenience factors.* <https://joss.al-makkipublisher.com/index.php/js>
- Chanda vedalla putra, julia ananda caesaria, jonathan jonathan, lia willson, mellysa mellysa, michelle tan, noval christanto, & zendi sia. (2024). Analisis digital marketing antara aplikasi mybca dan wondr by bni. *Jurnal ilmiah manajemen dan akuntansi*, 1(6), 24–33. <https://doi.org/10.69714/1qrt1r98>
- Daga, r., stim,), & makassar, n. (n.d.). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk tabunganku terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank sulselbar kantor cabang belopa.* www.bi.go.id
- Hafizh, a., inda, t., rahma, f., & jannah, n. (n.d.). *Pengaruh kualitas layanan dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah mobile banking bsi dengan kepuasan sebagai variabel intervening.* <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5133>

- Hamzah, m., shofi, a., paulia, d. E., efendi, j., kunci, k., & layanan, k. (2024). Analisis kualitas layanan aplikasi wondr by bni terhadap kepuasan nasabah (studi kasus: bank bni kcp paiton). *Jurnal manajemen perbankan keuangan nitro*, 8(1), 5–38. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v8i1.400>
- Ismi, aryani, p., & wardani, s. (2025). Nurul ismi, puji aryani, susi wardani. In *universitas muhammadiyah aceh* (vol. 5, issue 1).
- Nadia nur fazira, christian wiradendi wolor, & eka dewi utari. (n.d.). *Analisis pengaruh digitalisasi pelayanan publik bank xyz terhadap pengalaman dan kepercayaan nasabah*.
- Nandya eka sari, & teddy osuari. (2020). *Pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada toko online toko pedia*.
- Nurazizah, & t.teviana. (2025). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking bsi kcp aek kanopan labuhan batu utara*.
- Rena deliyana, berlintina permatasari, & dewi sukmasari. (2022). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking bca*.
- Rita suminar, maria widyarini, & veraintanie dewi. (2025). *Pengaruh kualitas layanan digital banking terhadap kepuasan pelanggan dengan moderasi kepercayaan merek: pada generasi milenial*.
- Rosmalia ekadany, i., widiyanti, m., saggaf shihab, m., & adam, m. (n.d.). *Influence of trust, quality of service and value perception of user confidence on mobile banking services (case study on bni palembang branch customers)*. www.katadata.co.id,
- Setyani, i., farida, u., & rapini, t. (2024). Pengaruh kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening dalam menggunakan aplikasi mobile banking bri di ponorogo. *Journal of social science research*, 4, 3581–3600.
- Sophia, e., taufik bahtera, n., findayanti, n., & nila firnanda, n. (2025). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan pengguna mobile banking: studi kasus pada jconnect bank jatim. *Jurnal manajemen dan organisasi*, 16(3), 278–291. <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i3.62794>

- Suwandi sevy, & moh. Rois abin. (2023). *Peran penggunaan bsi mobile banking dalam kemudahan bertransaksi di era society 5.0 (study kasus masyarakat desa pelem campurdarat)*.
- Tirtayasa, s., lubis, a. P., & khair, h. (n.d.). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. In *jurnal inspirasi bisnis dan manajemen* (vol. 5, issue 1). [Http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm](http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm)
- Wahyuni, a. D., awaliah, p., aryani, r., & sani, c. (n.d.). *Peran digitalisasi dalam meningkatkan peran perbankan di indonesia*. 12(03). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14067398>
- Wulandari, s. (n.d.). Pengaruh kemudahan penggunaan dan fitur layanan terhadap kepuasan pengguna bsi digital banking (m-banking) (studi pada nasabah bsi cabang lhokseumawe). In *jurnal manajemen dan inovasi* (vol. 6, issue 3). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jmitahun2025>
- Yunaningsih, a., indah, d., & septiawan, f. E. (2021). *Upaya meningkatkan kualitas layanan publik melalui digitalisasi* (vol. 3, issue 1).
- Zelin sefiana, a., & fadlullah hana, k. (2025). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi byond by bank syariah indonesia dengan pendekatan technology acceptance model (tam). *Jurnal perbankan syariah dan ekonomi islam*, 5(1), 14–31.
- ade amallia. (2024). Digitalisasi kesehatan dalam peningkatan kualitas layanan kesehatan. *Medical journal of nusantara*, 3(3), 151–158. <https://doi.org/10.55080/mjn.v3i3.1103>
- Elya dasuki, r. (2021). Manajemen strategi : kajian teori resource based view. *Coopetition : jurnal ilmiah manajemen*, 12(3), 447–454. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- Lidya, a., rahayu, p., & ulya, m. (2025). *Dalam membangun kepercayaan publik di era transformasi keuangan digital indonesia*. 6(2).
- Nur aulia asrani, muhammad yamin, & masyhuri masyhuri. (2025). Pengaruh digitalisasi zakat terhadap penerimaan dana zakat melalui kepercayaan masyarakat sebagai variabel intervening. *Jurnal mahasiswa manajemen dan akuntansi*, 3(2), 264–272. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v3i2.4097>
- Nurfaidah, muhammad aqil, & chaerunnisa rumianti. (2025). Digitalisasi pelayanan dan transformasi digital terhadap kualitas pelayanan rsud provinsi sulawesi barat. *Jurnal*

e-bussiness institut teknologi dan bisnis muhammadiyah polewali mandar, 4(2), 28–38. <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v4i2.119>

Putra, d. A., & diana triwardhani. (2023). *Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna shopee di kota solok*.

Samosir, z. Z. (2005). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan usu. *Jurnal studi perpustakaan dan informasi*, 1(1), 28–36.

Sudirman, a., efendi, e., & harini, s. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of business and banking*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078>

Wahyuni, amalia dwi, awaliah, p., aryani, r., & sani, c. (2025). Peran digitalisasi dalam meningkatkan peran perbankan di indonesia. *Jurnal ekonomi dan bisnis digital (jebd)*, 2(03), 1653–1656. <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jebd/article/view/2293>

