



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (20225) pp: 4896-4906

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Keamanan dan Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna M-Banking BCA Mobile

Rizki Amalia, Any Urwatul Wusko

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan

rizkimmm72@gmail.com, anieurwah@yudharta.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tentang Keamanan Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna M-Banking BCA Mobile. Penelitian ini dilakukan pada Pengguna M-Banking BCA Mobile di Kabupaten Pasuruan. Jenis penelitian ini adalah penelitian explanatory dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 116 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pemilihan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling. Metode analisis dan pengolahan data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS melalui software Smart PLS 4.1. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan, Perceived Ease Of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan, Keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas, Perceived Ease Of Use berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas, Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.

Kata kunci: Keamanan, Perceived Ease Of Use, Kepuasan, Loyalitas

1. Latar Belakang

Perbankan digital telah menjadi salah satu aspek penting dalam transformasi industri perbankan global. Selama dua dekade terakhir, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara bank beroperasi dan berinteraksi dengan nasabah mereka. Perbankan digital mencakup beragam layanan yang bisa diakses melalui perangkat digital, seperti internet banking, mobile banking, dan layanan keuangan lainnya yang memanfaatkan teknologi digital. Transformasi ini didorong oleh tuntutan untuk meningkatkan efisiensi operasional, menawarkan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, serta bersaing dengan para pemain baru di pasar keuangan, seperti perusahaan fintech dan perusahaan teknologi besar (Judijanto et al., 2024).

Perusahaan Fintech di Indonesia dalam sektor perbankan berkembang dengan sangat cepat. Bank-bank di negara ini telah mulai mengimplementasikan layanan digital seperti mobile banking untuk meningkatkan pengalaman pelanggan serta efisiensi operasional. Reformasi kebijakan sistem pembayaran yang terintegrasi, mencakup aspek regulasi, infrastruktur, dan standar melalui BSPI 2025, diharapkan dapat menjaga keseimbangan antara inovasi dan stabilitas. Beberapa pokok dari reformasi regulasi meliputi simplifikasi dan efisiensi, restrukturisasi, serta optimalisasi kontribusi Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia (SKNBI) yang sangat penting untuk mendukung strategi perbankan di era baru ini. SKNBI menghadirkan layanan transfer dana yang lebih cepat, aman, dan mudah diakses, meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024). Fitur layanan seperti transaksi keuangan, pengiriman dana, memeriksa saldo, membayar tagihan, dan kegiatan lainnya yang bisa diakses di mobile banking melalui smartphone. Mobile banking memberikan kemudahan bagi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan kapan saja, tanpa terbatas oleh lokasi atau waktu.

Banyaknya kemudahan dan keuntungan dari M-banking tidak menghilangkan kemungkinan adanya kejahatan di manamana. Salah satu jenis kejahatan yang berkaitan dengan aplikasi seperti M-banking terkait dengan keamanan data adalah peretasan. Terdapat banyak cara penipuan yang digunakan oleh para peretas untuk mengakses informasi pribadi, contohnya dengan pesan SMS penipuan, tautan palsu, bahkan yang kini kerap terjadi adalah penipuan melalui file undangan yang dikirim lewat WhatsApp. Hal ini sangat berdampak terhadap kepuasan nasabah (Widyamada Pitaloka et al., 2023).

Pengaruh Keamanan dan Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna M-Banking BCA Mobile

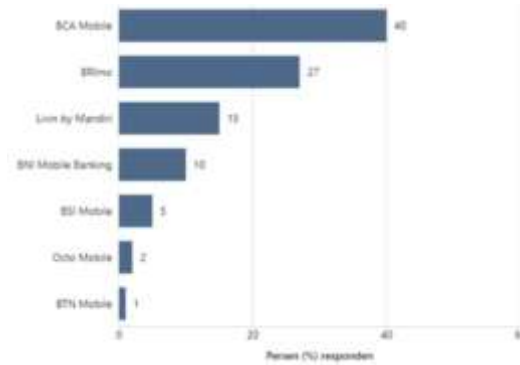
Kepuasan nasabah menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena kepuasan dapat membangun loyalitas nasabah terhadap penggunaan m-banking. Membangun loyalitas pelanggan dapat dilakukan melalui kepuasan mereka. Penilaian konsumen terhadap kinerja produk atau jasa yang digunakan adalah harapan yang tercermin dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat tercapai jika pandangan dasar konsumen tentang kinerja produk sesuai dengan apa yang diharapkan (Akob & Sukarno, 2022). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan (Any Urwatul Wusko, 2014).

Selain kasus peretasan yang berdampak pada kepuasan nasabah, masalah utama yang berhubungan dengan keamanan data pada aplikasi perbankan mobile di Indonesia meliputi meningkatnya serangan siber yang menargetkan aplikasi perbankan mobile, seperti phishing, malware, dan peretasan. Rendahnya kesadaran pengguna mengenai praktik keamanan yang tepat, termasuk penggunaan kata sandi yang kokoh dan kewaspadaan terhadap tautan yang mencurigakan, masih menjadi masalah. Beberapa lembaga keuangan mungkin masih mengandalkan teknologi keamanan yang sudah ketinggalan zaman atau kurang efektif dalam menghadapi ancaman terbaru. Selain itu, terdapat kelemahan dalam kebijakan serta regulasi yang mengatur perlindungan data pada aplikasi perbankan mobile, yang bisa jadi belum mencukupi untuk menghadapi ancaman yang terus berkembang (Cahyono et al., 2024).

Keamanan data dalam M-banking mobile telah menjadi perhatian utama dalam banyak studi di bidang ini. Beberapa hambatan utama yang dihadapi termasuk peningkatan jumlah serangan siber yang semakin canggih dan bervariasi. Ancaman seperti phishing, di mana penyerang berusaha mengakses informasi rahasia dengan menyamar sebagai entitas yang tepercaya, serta malware, yang dapat menginfeksi perangkat pengguna dan mencuri data, merupakan risiko nyata yang harus dihadapi. Selain dari segi teknis, rendahnya pemahaman pengguna tentang praktik keamanan yang tepat, seperti penggunaan password yang kuat dan kewaspadaan saat mengklik tautan yang mencurigakan, menyoroti pentingnya pendidikan yang efisien (Cahyono et al., 2024). Keamanan adalah upaya untuk melindungi, memastikan, dan menghalangi peretas dalam mengakses informasi dan data pelanggan (Anisa & Samrotun, n.d., 2024).

Dalam mengatasi masalah tersebut, sejumlah solusi untuk keamanan data telah diterapkan serta dibahas dalam sumber-sumber yang ada. Solusi teknologi seperti enkripsi end-to-end menjamin bahwa informasi yang dikirimkan antar pengguna dan bank tidak dapat diakses oleh pihak ketiga. Penerapan autentikasi multifaktor, yang membutuhkan lebih dari satu cara untuk memverifikasi identitas, juga telah terbukti berhasil dalam meningkatkan tingkat keamanan. Selain itu, penerapan teknologi terkini seperti biometrik, yang memanfaatkan pengenalan sidik jari atau wajah untuk autentikasi, telah menambahkan lapisan perlindungan tambahan. Namun, pelaksanaan solusi teknologi ini perlu diimbangi dengan program edukasi yang diarahkan kepada pengguna mobile banking, yang sering kali kurang menyadari potensi risiko yang ada. Beberapa lembaga perbankan telah meluncurkan inisiatif edukasi untuk meningkatkan pemahaman pengguna tentang praktik keamanan yang benar, seperti cara mengenali email phishing atau pentingnya rutin memperbarui kata sandi yang memudahkan pengguna (Cahyono et al., 2024).

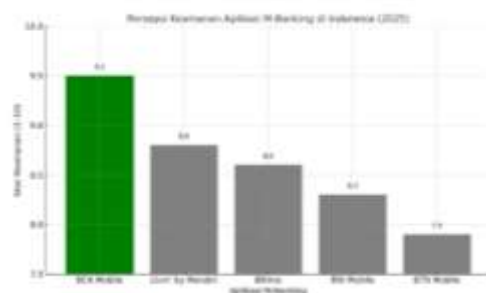
Berbagai kemudahan serta fitur yang ada menimbulkan persaingan antar mobile mbanking. Hasil penelitian yang dilakukan lembaga Populix pada Mei 2024, BCA Mobile tercatat sebagai aplikasi yang paling disukai oleh responden di Indonesia, dengan 40% responden memilihnya. Peringkat kedua ditempati oleh BRImo dari Bank BRI, yang mendapatkan 27% responden. Selanjutnya, peringkat ketiga adalah Livin' by Mandiri, dengan dukungan 15% responden. Di peringkat keempat, BNI mobile banking mendapatkan 10% responden. Peringkat kelima adalah BSI Mobile, dengan 5% responden. Terakhir, peringkat keenam adalah Octo Mobile dari Bank CIMB Niaga, dengan 2% responden, dan diikuti oleh BTN Mobile dengan 1% responden (Databoks, 2024).



Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia, dan layanan BCA Mobile adalah salah satu aplikasi m-banking dengan jumlah pengguna terbanyak. Berdasarkan laporan tahunan BCA tahun 2023, jumlah pengguna BCA Mobile telah mencapai 30 juta pengguna secara nasional, dengan pertumbuhan rata-rata 10-15% setiap tahun (BCA, 2023). Angka ini menempatkan BCA Mobile sebagai salah satu aplikasi keuangan paling dominan di Indonesia.

BCA Mobile menawarkan berbagai keunggulan yang mampu meningkatkan keamanan dan kemudahan pengguna. Aplikasi ini dirancang dengan antarmuka yang user-friendly, sehingga mudah dioperasikan oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang kurang terbiasa dengan teknologi digital. Dari sisi keamanan, BCA Mobile dilengkapi dengan sistem perlindungan berlapis seperti PIN, kode akses, dan m-BCA Key yang memastikan keamanan data dan dana nasabah dalam setiap transaksi. Selain itu, layanan ini memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara fleksibel, 24 jam sehari dan 7 hari seminggu, tanpa harus mengunjungi kantor cabang atau ATM, sehingga meningkatkan efisiensi waktu dan kemudahan akses bagi pengguna. Fitur yang tersedia pun sangat lengkap, mencakup transfer antar bank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, top-up dompet digital, hingga pembayaran menggunakan QRIS. Integrasi yang kuat dengan produk BCA lainnya seperti KlikBCA, Sakuku, dan Flazz juga menambah nilai tambah aplikasi ini sebagai pusat pengelolaan keuangan nasabah. Keunggulan lainnya adalah proses transaksi yang cepat dan real-time, serta biaya administrasi yang relatif rendah untuk transaksi tertentu, yang membuat layanan ini semakin diminati. Tidak hanya itu, M-banking BCA Mobile juga menyediakan dukungan layanan pelanggan melalui Halo BCA yang siap membantu nasabah dalam menghadapi kendala teknis maupun non-teknis. Dengan berbagai keunggulan tersebut, M-banking BCA Mobile terus berupaya memenuhi kebutuhan nasabah akan layanan perbankan digital yang aman, nyaman, dan efisien.

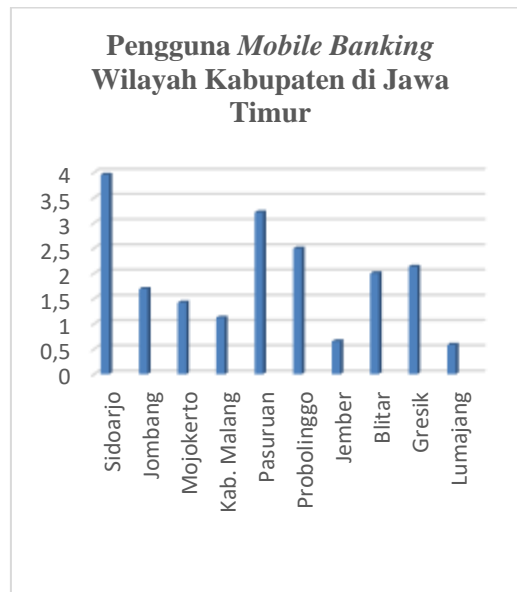
Berdasarkan hasil survei, M-banking BCA Mobile mendapatkan responden terbanyak yang mengatakan bahwa Mbanking BCA Mobile merupakan salah satu layanan m-banking teraman di Indonesia yang didukung oleh sistem keamanan tangguh dan strategi komprehensif yang melibatkan aspek people, process, dan technology.



Dari data diatas M-banking BCA Mobile dapat dikatakan m-banking terpercaya dari pada m-banking dari bank lain dengan nilai 9,5. Sehingga peneliti ingin mengkaji ulang bahwa keamanan Mbanking BCA Mobile benar-benar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil tersebut relevan dengan penelitian saya mengenai keamanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di kabupaten pasuruan.

Abrar (2020) menyebutkan, jumlah nasabah pengguna mobile banking meningkat dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta pada tahun 2016. Jika dilihat dari sisi frekuensi transaksi, nilainya meningkat dari

150,8 juta pada tahun 2012 menjadi 405,4 juta pada tahun 2016. Sedangkan, pengguna M-banking di Jawa Timur didominasi oleh penduduk dengan aktivitas utama bekerja yaitu sebesar 80,11%.



Berdasarkan gambar diatas, kabupaten pasuruan merupakan pengguna mobile banking terbanyak kedua setelah sidoarjo di wilayah jawa timur, dengan angka 3,21. Sehingga perlu dikaji ulang mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku pengguna m-banking di Kabupaten Pasuruan, yang memiliki karakteristik demografis dan sosial ekonomi berbeda dengan kota besar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi pengembangan layanan Mbanking yang lebih inklusif serta menjadi referensi akademis bagi pengembangan literatur tentang perilaku pengguna mobile banking di tingkat daerah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Alfiana & Amri, 2023) menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan. Penelitian yang di lakukan oleh (Amalia & Hastriana, 2022) menunjukkan bahwa keamanan m-banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di bank. Koefisien positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan m-banking, semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Sementara itu penelitian (Citra et al., 2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya bagi pengguna M-banking BCA Mobile. Sedangkan menurut penelitian (Rena Deliyana, 2022) kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan Mbanking BCA Mobile. Hipotesis yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak terbukti. Selanjutnya penelitian oleh (Wahyuningsih & Nirawati, 2022) menyatakan bahwa kemudahan dan keamanan secara bersamaan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Ketika dianalisis secara terpisah, kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, begitu pula dengan keamanan, yang secara independen juga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa keamanan mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan dalam penggunaan mbanking, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Di sisi lain, hasil penelitian mengenai kemudahan penggunaan (perceived ease of use) menunjukkan hasil yang bervariasi. Beberapa temuan menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna M-banking BCA Mobile, namun terdapat pula penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan, sehingga hipotesis mengenai pengaruh signifikan kemudahan terhadap kepuasan pelanggan tidak sepenuhnya terbukti. Selanjutnya, kemudahan dan keamanan secara bersama-sama terbukti memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Ketika dianalisis secara terpisah, baik kemudahan maupun keamanan masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna, yang menandakan pentingnya kedua faktor tersebut dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas nasabah terhadap layanan mobile banking.

Sebagian besar studi terdahulu lebih banyak berfokus pada aspek fungsional aplikasi atau pada persepsi kemudahan penggunaan saja, tanpa mempertimbangkan peran penting persepsi keamanan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pengguna. Padahal, dalam konteks layanan digital yang sangat rentan terhadap risiko keamanan, persepsi pengguna terhadap keamanan sistem menjadi faktor yang tidak kalah penting. Ketidakonsistenan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya celah ilmiah (research gap) yang penting untuk diteliti lebih lanjut, terutama terkait pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan serta loyalitas pengguna M-banking BCA Mobile secara menyeluruh.

2. Metode Penelitian

Data yang digunakan adalah data primer. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner kepada pengguna M-Banking BCA Mobile di Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan sampel sebanyak 116 responden, Teknik Analisis menggunakan aplikasi SPSS Versi 31 dan SmartPLS 4.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menggambarkan temuan utama dari penelitian. Sajian dalam hasil dan pembahasan ditulis secara sistematis, hanya hasil data/ informasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Pembahasan dalam artikel penelitian menjelaskan hasil yang didapat dari penelitian.

a) Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan pada kuesioner dapat digunakan sebagai indikator yang tepat untuk mengukur variabel yang diteliti. Penelitian ini juga melakukan uji validitas item dengan metode korelasi Pearson Product Moment menggunakan program SPSS. Item dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari 0,30 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$).

| No. | Var | Item | Koef. | Sig | Ket |
|-----|------|------|-------|-------|-------|
| 1 | KM | X1.1 | 0,648 | 0,000 | Valid |
| | | X1.2 | 0,675 | 0,000 | Valid |
| 2 | PEOU | X2.1 | 0,607 | 0,000 | Valid |
| | | X2.2 | 0,678 | 0,000 | Valid |
| | | X2.3 | 0,695 | 0,000 | Valid |
| 3 | KP | Y1.1 | 0,693 | 0,000 | Valid |
| | | Y1.2 | 0,742 | 0,000 | Valid |
| | | Y1.3 | 0,738 | 0,000 | Valid |
| | | Y1.4 | 0,720 | 0,000 | Valid |
| 4 | L | Y2.1 | 0,650 | 0,000 | Valid |
| | | Y2.2 | 0,592 | 0,000 | Valid |
| | | Y2.3 | 0,645 | 0,000 | Valid |
| | | Y2.4 | 0,679 | 0,000 | Valid |

Berdasarkan perhitungan uji validitas untuk item Keamanan, Perceived Ease Of Use, Kepuasan, Loyalitas diketahui nilai r hitung $> 0,05$ dan r hitung $> r$ tabel. R tabel diketahui dengan jumlah sampel 116 pada taraf signifikansi 5% pada distribusi nilai r tabel statistic, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1824. Maka dapat disimpulkan bahwa item dari variabel Keamanan, Perceived Ease Of Use, Kepuasan, Loyalitas dinyatakan valid. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan dengan pearson correlation validity dengan teknik product moment yaitu skor dari setiap item dikorelasikan dengan skor total.

b) Uji Reliabilitas

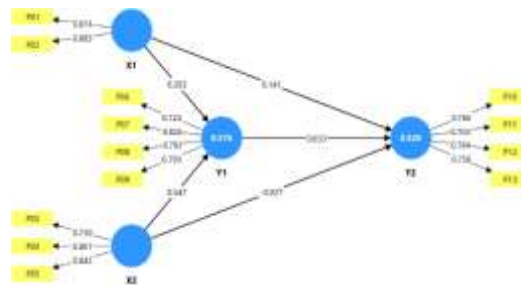
Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.

| No. | Variabel | Alpha | Keterangan |
|-----|------------------------------|-------|------------|
| 1 | Keamanan | 0,705 | Reliabel |
| 2 | <i>perceived ease of use</i> | 0,744 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan | 0,789 | Reliabel |
| 4 | Loyalitas | 0,746 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas item Keamanan, dan Perceived Ease Of Use terhadap Kepuasan dan Loyalitas dinyatakan diketahui nilai alpha cronbach's $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keamanan, dan Perceived Ease Of Use terhadap Kepuasan dan Loyalitas dikatakan reliabel. Uji reliabilitas ini menggunakan aplikasi SPSS versi 31.

c) Pengukuran Outer Model

Pada bagian ini, menentukan hubungan antar konstruk dengan indikator-indikator variabel. Pada bagian ini juga ditentukan apakah indikator dalam penelitian ini reflektif atau formatif. Model ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya.



Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Outer model merupakan model pengukuran (measurement model) untuk menilai validitas dan reliabilitas model artinya analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak dijadikan pengukuran (valid dan reliabel) berikut gambar pengukuran outer model yang digunakan.

d) Uji Convergent Validity (Validitas Konvergen)

Nilai validitas konvergen merupakan nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Validitas konvergen memiliki tujuan sebagai pengukur dari variabel dapat sejauh mana ukuran berkolerasi positif dengan ukuran alternatif dari konstruk yang sama atau bisa dilihat dari outer loading dari tiap indikator variabel. Menurut (Chin, 1998) kriteria yang digunakan untuk menilai puter loading harus lebih dari 0.7. Selain itu nilai convergent validity juga dapat diukur dengan average variance extracted (AVE) setiap konstruk dalam model. Jika $AVE > 0.5$ maka dianggap valid.

| Variabel | Item/indikator | Nilai |
|----------|----------------|-------|
| Keamanan | X1.1 | 0,874 |
| | X1.2 | 0,885 |
| | X2.1 | 0,730 |

| Variabel | Item/indikator | Nilai |
|-----------------------------|----------------|-------|
| <i>Perceive Ease Of Use</i> | X2.2 | 0,861 |
| | X2.3 | 0,842 |
| Kepuasan | Y1.1 | 0,725 |
| | Y1.2 | 0,826 |
| | Y1.3 | 0,792 |
| | Y1.4 | 0,793 |
| Loyalitas | Y2.1 | 0,766 |
| | Y2.2 | 0,704 |
| | Y2.3 | 0,784 |
| | Y2.4 | 0,756 |

Berdasarkan nilai loading factor dari setiap indikator terhadap konstruk yang diwakilinya. Standar minimal yang digunakan adalah nilai 0,7. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki loading factor yang tinggi dan memenuhi kriteria tersebut. Sebagai contoh, indikator pada variabel Keamanan (X1.1 dan X1.2) masing-masing memiliki loading 0,874 dan 0,885; indikator pada Perceived Ease of Use (X2.2 dan X2.3) memiliki nilai 0,861 dan 0,842; sedangkan indikator-indikator pada Kepuasan dan Loyalitas juga menunjukkan nilai loading di atas 0,7. Artinya, masing-masing indikator benar-benar mencerminkan konstruk yang diukur dan memiliki daya jelaskan yang baik terhadap variabelnya.

| | AVE | Evaluasi |
|------------------------------|-------|----------|
| Keamanan | 0,773 | Valid |
| <i>perceived Ease Of Use</i> | 0,661 | Valid |
| Kepuasan | 0,616 | Valid |
| Loyalitas | 0,567 | Valid |

Nilai AVE merupakan ukuran sejauh mana variabel laten menjelaskan variansi indikatornya. Nilai AVE yang memadai adalah di atas 0,5. Dalam penelitian ini, semua variabel memiliki AVE yang memenuhi kriteria: Keamanan (0,773), Perceived Ease of Use (0,661), Kepuasan (0,616), dan Loyalitas (0,567). Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% variasi dari masing-masing indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen dan model pengukurannya berkualitas tinggi.

e) Uji Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)

Validitas diskriminan memiliki tujuan untuk menguji seberapa besar kosntruk laten memiliki perbedaan dengan konstruk lainnya. Jika nilai validitas diskriminan menunjukan nilai yang tinggi dapat dimenjelaskan bahwa suatu konstruk memiliki indikasi yang unik dan mampu menjelaskan fenomena yang diukur.

| Indikator | K | PEOU | KS | LS |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| X1.1 | 0,874 | 0,452 | 0,524 | 0,445 |
| X1.2 | 0,885 | 0,515 | 0,541 | 0,473 |
| X2.1 | 0,489 | 0,730 | 0,495 | 0,369 |
| X2.2 | 0,426 | 0,861 | 0,606 | 0,424 |

| Indikator | K | PEOU | KS | LS |
|-----------|-------|-------|-------|-------|
| X2.3 | 0,440 | 0,842 | 0,633 | 0,646 |
| Y1.1 | 0,423 | 0,494 | 0,725 | 0,598 |
| Y1.2 | 0,507 | 0,588 | 0,826 | 0,531 |
| Y1.3 | 0,501 | 0,579 | 0,792 | 0,574 |
| Y1.4 | 0,468 | 0,579 | 0,793 | 0,554 |
| Y2.1 | 0,360 | 0,433 | 0,528 | 0,766 |
| Y2.2 | 0,415 | 0,315 | 0,426 | 0,704 |
| Y2.3 | 0,362 | 0,348 | 0,562 | 0,784 |
| Y2.4 | 0,434 | 0,455 | 0,591 | 0,756 |

Validitas diskriminan diuji dengan membandingkan nilai loading masing-masing indikator terhadap konstruk yang dituju dengan konstruk lain. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai loading masing-masing indikator paling tinggi terhadap variabel asalnya, dibanding dengan variabel lain. Misalnya, indikator X1.1 lebih tinggi loading-nya terhadap variabel Keamanan dibanding variabel lain. Ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi tumpang tindih antar indikator dalam mengukur konstruk lain, yang berarti masing-masing indikator memiliki kemampuan membedakan konstruk dengan baik. Oleh karena itu, uji cross loading menunjukkan bahwa masing-masing indikator bersifat unik dan spesifik untuk variabelnya.

| | K | PEOU | KP | L |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|
| Keamanan | 0,879 | | | |
| Perceived Ease Of Use | 0,550 | 0,813 | | |
| Kepuasan | 0,606 | 0,715 | 0,785 | |
| Loyalitas | 0,522 | 0,518 | 0,190 | 0,753 |

Pengujian validitas diskriminan dalam penelitian ini menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Berdasarkan hasil pengujian, nilai akar kuadrat AVE (yang terletak pada diagonal tabel) untuk setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya. Sebagai contoh, variabel Keamanan memiliki nilai 0,879 yang lebih besar dibandingkan dengan korelasinya terhadap Perceived Ease of Use (0,55), Kepuasan (0,606), dan Loyalitas (0,522). Hal serupa juga ditemukan pada konstruk Perceived Ease of Use (0,813), Kepuasan (0,785), dan Loyalitas (0,753). Hasil ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel memiliki perbedaan konsep yang jelas dan tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk. Dengan demikian, model dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas diskriminan, yang artinya instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur konstruk yang dimaksud dan tidak saling mengganggu antar variabel.

f) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk adalah composite reliability dan cronbach's alpha. Nilai composite reliability 0,6 – 0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan nilai cronbach's alpha yang diharapkan adalah di atas 0,7.

| | Cronbach's Alpha | rho_a | rho_c | AVE |
|----|------------------|-------|-------|-------|
| X1 | 0.707 | 0.708 | 0.872 | 0.773 |
| X2 | 0.742 | 0.756 | 0.854 | 0.661 |
| Y1 | 0.792 | 0.792 | 0.865 | 0.616 |
| Y2 | 0.746 | 0.749 | 0.840 | 0.567 |

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2707>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal dari indikator-indikator yang membentuk suatu konstruk. Terdapat tiga indikator yang digunakan, yaitu Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR), dan Average Variance Extracted (AVE). Berdasarkan hasil yang diperoleh, seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yang menandakan bahwa alat ukur memiliki reliabilitas tinggi. Nilai Composite Reliability untuk Keamanan sebesar 0,872, Perceived Ease of Use sebesar 0,854, Kepuasan sebesar 0,865, dan Loyalitas sebesar 0,840, seluruhnya melebihi ambang batas 0,7 yang disyaratkan. Demikian juga, nilai AVE pada keempat konstruk berkisar antara 0,567 hingga 0,773, yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini sangat andal dan layak digunakan untuk analisis model struktural lebih lanjut.

g) Uji R-Square

Nilai R-Square (R²) digunakan untuk mengetahui besar variansi variabel independen terhadap variabel dependen apakah memiliki pengaruh yang substantive (sesungguhnya) dalam analisis di SmartPLS

| | R | R-Square | R-Square adjusted |
|----|-------|----------|-------------------|
| Y1 | 0,755 | 0,576 | 0,569 |
| Y2 | 0,585 | 0,529 | 0,517 |

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Hasil R-Square menunjukkan bahwa variabel Keamanan dan Perceived Ease of Use secara bersama-sama mampu menjelaskan 57,6% variasi dari variabel Kepuasan, dengan nilai R sebesar 0,755. Sementara itu, untuk variabel Loyalitas, diketahui bahwa Keamanan, Kemudahan, dan Kepuasan bersama-sama menjelaskan sebesar 52,9% variasi loyalitas pengguna, dengan R sebesar 0,585. Nilai adjusted R-Square juga menunjukkan hasil yang konsisten yaitu masing-masing 0,569 untuk Kepuasan dan 0,517 untuk Loyalitas. Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa model memiliki daya jelaskan yang cukup kuat dalam konteks perilaku pengguna mobile banking, karena lebih dari setengah varians dependen dapat dijelaskan oleh prediktornya.

h) Uji Hipotesis dan Signifikansi

Inner Weight yang ada pada path coefficient didalam software smartPLS digunakan untuk mengambil keputusan hasil dari sebuah hipotesis itu diterima atau ditolak. Dalam pengujian hipotesa dapat ditentukan dari tstatistik dan nilai probabilitas. T-statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis, khususnya dengan menggunakan nilai statistik, adalah 1,96 untuk alfa 5%. Bila t-statistics lebih besar dari 1,96, maka hipotesis Ha diterima dan hipotesis HO ditolak. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu: p-value <0,05, maka Gipotesis diterima. p-value >0,05, maka Hipotesis ditolak.

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics ((O/STDEV)) | P values |
|-------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| X1→Y1 | 0.305 | 0.305 | 0.085 | 3.600 | 0.000 |
| X1→Y2 | 0.141 | 0.137 | 0.106 | 1.326 | 0.185 |
| X2→Y1 | 0.547 | 0.541 | 0.083 | 6.576 | 0.000 |
| X2→Y2 | -0.027 | -0.028 | 0.110 | 0.246 | 0.806 |
| Y1→Y2 | 0.653 | 0.656 | 0.111 | 5.895 | 0.000 |

H1: Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan bersifat signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,305, t-statistic sebesar 3,600 dan p-value sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi pengguna terhadap keamanan penggunaan aplikasi M-banking BCA Mobile, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif dalam penggunaan layanan mobile banking.

H2: Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas

Berbeda dengan pengaruhnya terhadap kepuasan, Keamanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,141, t-statistic 1,326 dan p-value 0,185 ($> 0,05$). Hasil ini menolak hipotesis kedua, yang berarti bahwa pengguna tidak langsung menjadi loyal hanya karena merasa aman menggunakan aplikasi. Dengan kata lain, keamanan saja belum cukup membentuk loyalitas, tanpa melalui proses kepuasan terlebih dahulu.

H3: Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Kepuasan

Hipotesis ketiga menunjukkan hasil yang sangat signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,547, t-statistic sebesar 6,576 dan p-value sebesar 0,000. Ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan aplikasi secara nyata memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Semakin mudah aplikasi digunakan, maka pengguna semakin nyaman dan puas dalam menjalankan aktivitas perbankan digital. Hal ini memperkuat pentingnya aspek antarmuka dan pengalaman pengguna dalam menciptakan persepsi positif terhadap layanan.

H4: Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Loyalitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Perceived Ease of Use tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas secara langsung. Nilai koefisien sebesar -0,027, t-statistic sebesar 0,246, dan p-value sebesar 0,806 ($> 0,05$) mengindikasikan bahwa kemudahan saja tidak cukup untuk membuat pengguna menjadi loyal. Dengan kata lain, kemudahan hanya akan berdampak pada loyalitas apabila pengguna telah merasa puas terlebih dahulu terhadap layanan yang digunakan. Hal ini mendukung teori bahwa kepuasan merupakan mediator penting dalam membentuk loyalitas.

H5: Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Hipotesis kelima menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan antara Kepuasan terhadap Loyalitas, dengan nilai koefisien sebesar 0,653, t-statistic 5,895, dan p-value 0,000. Hasil ini menegaskan bahwa kepuasan adalah faktor utama yang mendorong pengguna untuk tetap setia dan loyal dalam menggunakan aplikasi BCA Mobile. Pengguna yang merasa puas cenderung melakukan transaksi ulang, tidak berpindah ke aplikasi lain, serta bersedia merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Keamanan M-Banking BCA Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Sementara itu, Perceived Ease of Use juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, tetapi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Adapun variabel kepuasan pengguna terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna M-Banking BCA Mobile. Dengan demikian, faktor keamanan dan kemudahan penggunaan lebih berperan dalam meningkatkan kepuasan, sedangkan loyalitas lebih dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pengguna itu sendiri.

Referensi

1. Adha, S. (n.d.). FAKTOR REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR.
2. Agung Wicaksono, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3).
3. Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v1i12.889>
4. Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022a). Pengaruh 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).
5. Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022b). Pengaruh 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).

6. Angga Lawang Sani, Muhajirin Muhajirin, & Ovriadin Ovriadin. (2024). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPRS Dinar Ashri Pengguna Mobile Banking. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 283–309. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i3.1257>
7. Anisa, A. R., & Samrotun, Y. C. (n.d.). JEMBAD: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis Digital Pengaruh SIA, Kualitas Layanan, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Di Soloraya.
8. Ayu, N., Dewi, S., Prasetyo, A. S., Widya, S., & Yogyakarta, W. (2025). DAMPAK E-SECURITY DAN RISK PERCEPTION TERHADAP E-TRUST NASABAH PENGGUNA E-BANKING: PERAN LITERASI KEUANGAN (Vol. 23, Issue 2).
9. Brawijaya, U., Rahimah, A., & Wahyuningtyas, N. (n.d.). PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, KETERSEDIAAN FITUR, NORMA SUBJEKTIF TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi.
10. Cahyono, D., Fahrudin, R., & Sinclair, A. (2024a). Pentingnya Edukasi dalam Mengatasi Keamanan Data Mobile Banking di Indonesia. 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1>
11. Cahyono, D., Fahrudin, R., & Sinclair, A. (2024b). Pentingnya Edukasi dalam Mengatasi Keamanan Data Mobile Banking di Indonesia. 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.33050/mentari.v3i1>
12. Citra, P., Dan, M., Penggunaan, K., Dirasakan, Y., Susila, N. D. S. A., Putra, K. E. S., & Khalik, I. (2023). Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis | 172. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
13. Ferozi Ramdana Irsyad, Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, & Hasyim Hasyim. (2024). Menghadapi Era Baru : Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 29–46. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1594>
14. Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 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>
15. Hendarsyah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syari, D., & Bengkalis, ah. (n.d.). KEAMANAN LAYANAN INTERNET BANKING DALAM TRANSAKSI PERBANKAN.
16. Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., & Vandika, A. Y. (2024). Analisis Bibliometrik Perkembangan Teknologi dan Inovasi dalam Digital Banking. In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* (Vol. 2, Issue 03).
17. Kota Palembang Amiliya, D., & Suci Anggarayni, dan. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking BCA. In 23 | *Journal of UKMC National Seminar on Accounting Proceeding* (Vol. 2, Issue 1).
18. Kota, T. P., & Kusumastuti, Y. (2022). ANALISIS PENGARUH MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CUSTOMER INTEREST IN USING MOBILE BANKING USING THE TECHNOLOGY FRAMEWORK ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288.
19. Lutfi, H., Bank, P., Bpr, P. T., & Makmur, W. (n.d.). Service Quality dan Digital Banking meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia? Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Nasabah BSI Civitas Akademika FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).
20. Nurfadezi, A., & Algusri, J. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMRI). In *Economics, Accounting and Business Journal* (Vol. 4, Issue 1).
21. Rahayu Saputri, Mellya Embun Baining, & Khairiyani Khairiyani. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Manfaat Bersih Aplikasi Mobile Banking Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pengguna. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 126–138. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v17i1.1801>
22. Ramadhani, S., Safira, N., & Nuran Raja Al Fathah, M. (2024). PERAN INOVASI LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH DI ERA DIGITAL. In *Jurnal Multidisiplin Inovatif* (Vol. 8, Issue 12).
23. Rulian, E. P., & Kurniawati, K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Nasabah Mobile Banking di Indonesia: Studi Tentang Perspektif Kaum Muda sebagai Pengguna. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(2), 521. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i2.2009>
24. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
25. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
26. Tobuhu, M. A., Machmud, R., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo). *JAMBURA*, 5(2). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
27. Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). PERAN LAYANAN MOBILE BANKING DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TOMANG). *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.181-192>
28. Utami, W., Rofika, I. D., Kamelia, T., Budiarti, Y., Mushlihah, T., Aminin, H., Awaliya, R., Azizah, N., & Septiani, N. (n.d.). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) Mobile. 7(1).
29. Veonnita, R. (n.d.-a). Pengaruh PersepsiKemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA.
30. Veonnita, R. (n.d.-b). Pengaruh PersepsiKemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA.
31. Wahyuningsih, D., & Nirawati, L. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN E-WALLET APLIKASI DANA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(3), 435–445. <https://doi.org/10.31932/jpe.v7i3.2123>
32. Widyamada Pitaloka, S., Irwan Padli Nasution, M., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). Analisis Data Security Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Mobile Banking. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(2), 71–74. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12527740>
33. Wusko, A. U. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Bangil Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ketsa Bisnis*, 1(1), 16–28.