

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SWASTA

Tirton Nefianto
Universitas Esa Unggul
nefianto.tirton@esaunggul.ac.id

Risnah Pujawaty
Universitas Esa Unggul
Risnahunggul21@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan aplikasi myBCA di wilayah Jabodetabek. Variabel independen terdiri dari kemudahan penggunaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas pelanggan. Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah BCA yang secara aktif menggunakan aplikasi myBCA di wilayah Jabodetabek. Ukuran sampel penelitian ini adalah 120 orang yang dipilih menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, serta kemudahan penggunaan dan kepuasan secara bersama-sama memberikan dampak positif yang sangat kuat terhadap loyalitas pengguna aplikasi myBCA di wilayah Jabodetabek.

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Abstract - This study aims to determine the effect of ease of use and customer satisfaction on customer loyalty to the myBCA application in the Greater Jakarta area. The independent variables consist of ease of use and customer satisfaction, while the dependent variable consists of customer loyalty. The research population consists of all BCA customers who actively use the myBCA application in the Jabodetabek area. The sample size is 120 people, selected using non-probability sampling based on purposive sampling. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires using a 5-point Likert scale. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis. The results of this

study prove that ease of use has an influence on customer loyalty, customer satisfaction has an influence on customer loyalty, and ease of use and satisfaction together have a very strong positive impact on the loyalty of myBCA app users in the Greater Jakarta area.

Keywords: Ease of Use, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya dunia perbankan, persaingan antar perbankan semakin meningkat. Tingkat persaingan yang tinggi ini menimbulkan tantangan bagi perbankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan perbankan. Sehingga penting bagi perbankan untuk mencari strategi alternatif guna mempertahankan pangsa pasar yang ada. Hal ini dapat dicapai melalui upaya bersama untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan memberikan layanan yang selaras dengan harapan dan permintaan pelanggan kembali. Tingginya persaingan mendorong lembaga perbankan untuk terus berinovasi dan berusaha secara terus menerus meningkatkan kualitas layanan sehingga pelanggan merasa puas dan loyal. Kunci untuk memberikan layanan yang luar biasa terletak pada pemberian layanan yang khas dan berkualitas tinggi yang selaras dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Manajemen bank mempunyai sudut pandang

yang baik perihal unsur yang mempengaruhi kualitas layanan. Yang terpenting, layanan harus selaras dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu kebutuhan pelanggan yang dimaksud adalah fasilitas yang diberikan kepada pelanggan seperti peningkatan teknologi yang dengan mudah dapat diakses oleh pelanggan serta mudah penggunaannya. Menurut Duy Phuong et al. (2020) bahwa Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan pada niat pelanggan untuk terus berbelanja.

Menurut Novitasari et al. (2021) bank tersebut menerapkan teknologi baru untuk memudahkan transaksi pelanggan tanpa perlu mengunjungi bank, sehingga proses transaksi dapat diselesaikan dalam hitungan menit kapan saja. Hal ini dapat menumbuhkan kepuasan serta menciptakan loyalitas nasabah. Penelitian sebelumnya membahas tentang peran kualitas informasi, kemudahan penggunaan dan kegunaan terhadap kepercayaan konsumen yang dilakukan di negara Afrika Selatan, dan mendapatkan kesimpulan bahwa kemudahan pemakaian berpengaruh positif yang signifikan (Nyirangondo et al. 2024). Penelitian ini merupakan adopsi dengan perbedaan objek penelitian yaitu aplikasi eBanking pada bank swasta di Indonesia, dan disertai dengan penggantian variable. Kemudahan penggunaan menggabungkan proses yang mengarah pada hasil penggunaan sistem atau teknologi, (Andarwati et al. 2020) menyoroti bahwa kegunaan yang dirasakan menyiratkan bahwa suatu tugas dapat diselesaikan lebih cepat, lebih efektif, dan tanpa kesulitan. Pada jurnal rujukan hanya membahas pengaruh signifikan dari kemudahan penggunaan

tanpa melihat dari sisi kepuasan dan loyalitas yang didapatkan oleh nasabah. Oleh karena itu, peneliti ingin mempelajari bagaimana kemudahan penggunaan khususnya pada penggunaan dan rasa puas nasabah terkait loyalitasnya dengan tujuan untuk mengkonfirmasi Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi myBCA, Kepuasan Nasabah Bank Swasta Terhadap Loyalitasnya. Hasilnya diharapkan menjadi sumber literatur ilmu perbankan dan menambah khazanah literatur dalam bidang ilmu perbankan yang dapat digunakan sebagai evaluasi keadaan bank swasta saat ini berbanding dengan kompetitor serta menunjang perbankan menjadi lebih baik dan lebih siap ke depannya. Begitu juga untuk perguruan tinggi, dapat dijadikan sebagai teori pemasaran khususnya mengenai kemudahan penggunaan, kepuasan serta loyalitas pada bidang jasa perbankan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kemudahan Penggunaan

Definisi kemudahan penggunaan mengacu pada situasi saat seseorang berasumsi bahwa memanfaatkan sistem atau teknologi akan membutuhkan sedikit atau tidak ada upaya (Andarwati et al., 2020). Kemudahan penggunaan menunjukkan bahwa teknologi informasi dapat mengurangi waktu dan usaha yang diperlukan untuk memahami atau mengoperasikan suatu sistem (Sari et al. 2021). Persepsi kemudahan penggunaan mesin perbankan secara digital saat ini memberikan layanan layaknya seperti perbankan konvensional namun berbeda yakni di mana segala urusan diselesaikan secara mandiri oleh pelanggan/ nasabah (Amin, M. 2023). Kemudahan penggunaan yaitu bahwa ketika suatu teknologi dapat

digunakan tanpa adanya upaya ekstra oleh individu yang menggunakan, maka tingkat penerimaan terhadap teknologi tersebut akan tinggi (P.G et al., 2022). Rasa kemudahan menunjukkan bahwa sistem tersebut dirancang untuk menyederhanakan penggunaannya, sehingga meningkatkan produktivitas. Akibatnya, pengguna akan menemukan informasi lebih mudah melalui fitur yang tersedia daripada seseorang yang tidak menggunakannya (Iqbal et al., 2021). Sehingga disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah kemudahan akses, serta penggunaan dan cara mengoperasikan yang dapat dilakukan tanpa memerlukan waktu yang lama untuk dipelajari.

Kepuasan Nasabah

Nasabah mendapatkan manfaat dari akses yang lancar ke layanan disertai kesederhanaan fitur dan mudah digunakan, sehingga dapat dijalankan tanpa hambatan. Hal tersebut berdampak meningkatkan kepuasan menurut (Susanti & Parera, 2021). Kepuasan nasabah adalah *feedback* positif yang dirasakan pelanggan setelah memakai produk (Cahyadi & Wibisono 2024). Disampaikan juga oleh Islam et al. (2021) bahwa kepuasan nasabah adalah perilaku tindakan pasca pembelian yang menunjukkan perasaan nasabah, perasaan tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan saat menikmati pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau jasa (Fitriyanti et al. 2022). (Vebiana 2020) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan ialah hasil dari pengalaman pelanggan atas suatu produk. Sedangkan menurut (Nurdin et al. 2020) Kepuasan mencerminkan evaluasi seseorang terhadap kinerja produk dan layanan, dan hubungan mereka dengan harapan. Kepuasan akan diterapkan jika

persepsi dasar konsumen atau pelanggan tentang kinerja produk dan layanan sama dengan harapan kinerja produk. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kepuasan nasabah ialah respon yang timbul secara emosional ketika pelanggan menggunakan jasa atau sebuah produk.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah keyakinan mendalam bahwa pelanggan akan tetap setia, terlepas dari situasi atau strategi pemasaran yang dapat mendorong mereka beralih ke produk pesaing (Sumantri dkk. 2023). Sumantri dkk. (2023) menegaskan bahwa loyalitas mencerminkan kepuasan sejati pelanggan terhadap hasil dari pembelian produk atau layanan suatu perusahaan, yang mengarah pada penggunaan yang sering dan pembentukan hubungan jangka panjang. Loyalitas merujuk pada dedikasi pelanggan untuk tetap memakai produk dalam waktu yang lama, baik untuk penggunaan pribadi maupun untuk kepentingan orang lain. Amin, M. (2023). Melalui pembelian atau penggunaan produk atau layanan secara konsisten, pelanggan juga dapat merekomendasikan penawaran tersebut kepada rekan-rekan mereka. Amin, M. (2023). Seperti yang dinyatakan oleh Friscilia (2024), loyalitas pelanggan yang dibina oleh suatu institusi atau perusahaan merupakan hasil dari kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas bahwa loyalitas ialah ketulusan dari pelanggan yang puas terhadap hasil pembelian suatu produk atau jasa yang digunakan, serta merupakan bentuk kepuasan nasabah yang secara positif karena dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta digunakan secara berulang-ulang oleh pelanggan.

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

Hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah

Kemudahan penggunaan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, seperti yang diidentifikasi oleh Malhotra (2017), memungkinkan pelanggan untuk menggunakannya dengan mudah dan memfasilitasi aktivitas, terutama transaksi keuangan, sehingga meningkatkan loyalitas terhadap layanan myBCA. Akibatnya, pelanggan akan menunjukkan loyalitas dalam menggunakan layanan ini untuk semua transaksi, dan mereka juga mungkin akan berinteraksi dengan lebih banyak produk dan merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian oleh Nisa (2018) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan e-banking mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian (Furqon, 2020) menetapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi e-banking berdampak positif dengan loyalitas nasabah. Artinya dapat dikatakan bahwa ada hubungan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah.

H1: Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan aplikasi MyBCA terhadap Loyalitas Nasabah.

Hubungan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Kepuasan pelanggan adalah penilaian positif yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk, layanan, atau pengalaman yang disediakan oleh suatu perusahaan atau penyedia layanan. Sehingga penting bagi bank supaya memprioritaskan dan terus meningkatkan kegunaan, kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan keamanan penawaran perbankan digital mereka. Dengan demikian, mereka dapat memenuhi

harapan nasabah, meningkatkan kepuasan, dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang, bank juga harus terus meningkatkan kemudahan penggunaan untuk memenuhi harapan nasabah, menyatakan bahwa keunggulan layanan dapat memberikan keunggulan strategis yang signifikan, termasuk peningkatan loyalitas pelanggan dan peningkatan efisiensi operasional serta keuntungan bagi perusahaan (Yaqin & Ilfitriah, 2015). Temuan oleh (Artanti., 2024) bahwa kepuasan nasabah berpengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

H2: Terdapat pengaruh positif Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Hubungan Kemudahan Penggunaan Aplikasi MyBCA, Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

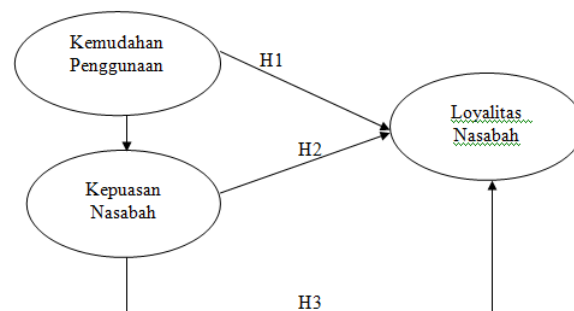
Dikatakan oleh Parera et al., (2021) bahwa selama bank mampu memberikan layanan dengan teknologi, sistem yang dengan mudah dan praktis maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan pada akhirnya akan menciptakan loyalitas nasabah. Kemudahan penggunaan memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh Malhotra (2017). Jika pelanggan dapat dengan mudah mengadopsi layanan tersebut dan hal itu meningkatkan aktivitas mereka, terutama yang berkaitan dengan transaksi keuangan, hal ini akan menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap layanan myBCA. Akibatnya, pelanggan akan menunjukkan loyalitas dalam menggunakan layanan tersebut untuk semua transaksi, dan mereka juga mungkin akan berinteraksi dengan lebih banyak produk dan merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian dari Nisa (2018) bahwa

kemudahan penggunaan e-banking memengaruhi loyalitas pelanggan. Pada penelitian yang mereka lakukan juga memberikan bukti empiris bahwa loyalitas nasabah mampu menciptakan kemudahan penggunaan ebanking dan kepuasan pelanggan. Bank juga harus terus meningkatkan kemudahan penggunaan untuk memenuhi harapan nasabah, Dengan demikian, mereka dapat memenuhi harapan nasabah, meningkatkan kepuasan, dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang, bank juga harus terus meningkatkan kemudahan penggunaan untuk memenuhi harapan nasabah, kualitas layanan diyakini dapat memberikan keunggulan strategis, termasuk peningkatan loyalitas pelanggan dan peningkatan efisiensi serta keuntungan korporasi (Yaqin & Ilfitriah, 2015). Artinya bahwa kemudahan penggunaan aplikasi myBCA terhadap suatu aplikasi atau inovasi terbaru akan menimbulkan kepuasan nasabah sehingga membuat nasabah ingin terus menggunakan aplikasi myBCA tersebut secara berulang dan pada akhirnya menimbulkan loyalitas pada diri nasabah.

H3: Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Nasabah dapat berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

MODEL PENELITIAN

Model penelitian yang baik akan menjelaskan secara langsung antara variabel yang akan diteliti, bertujuan untuk memudahkan dalam memperoleh pemahaman tentang arah penelitian. Sehingga dari hubungan antar variabel berdasarkan tinjauan diatas, maka model penelitian ini disajikan pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat dua variable independen yaitu Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah dan variable dependen yaitu Loyalitas Nasabah. Pengukuran variable Kepuasan Nasabah menggunakan dimensi Tjiptono dalam (Hagemeister & Volmer, 2018) yang terdiri dari Kesesuaian Harapan, Minat menggunakan ulang, Kesiediaan untuk merekomendasikan. Pengukuran variable Loyalitas Nasabah menggunakan dimensi Kotler dan Keller dalam (Susanti & Parera, 2021) yang terdiri dari Transaksi Ulang, Menggunakan Produk Antarlini, mereferensikan produk dan kebal terhadap pesaing. Sedangkan pengukuran variable dependen yaitu Kemudahan Penggunaan e-banking menggunakan dimensi Nugroho dalam (Iqbal et al., 2021) Pemakaiannya, Frekuensi Penggunaan, Kepuasan Penggunaan.

Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kausal atau sebab-akibat, yaitu yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan sebab akibat yang mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar Kemudahan Penggunaan aplikasi myBCA Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Swasta.

Populasi dan Sampel

Populasi tertuju atas keseluruhannya jumlah objeknya yang berkarakteristik sama dan menjadi sumber informasi utama dalam suatu penelitian (Fransisca & Kurniawan Purnomo, 2019). Populasi penelitian ini ialah keseluruhan Nasabah BCA yang aktif menggunakan aplikasi myBCA. Adapun sampel ditentukan menurut pengukuran (Hair et al., 2014), sehingga sampel yang dibutuhkan berjumlah 5 x jumlah pertanyaan. Kemudian metode mengambil sampel akan memakai metode Non-probability Sampling teknik purposive sampling. Penentuan kriteria sampel yakni Nasabah BCA yang aktif memakai aplikasi myBCA minimal selama 3 bulan dan merupakan generasi Z dan Milineal.

Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data kuesioner, dengan skala *likert*. Uji asumsi klasik serta validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji distribusi data. Uji Reliabilitas memakai *Cronbach Alpha* dan untuk melihat hubungan antar variabel memakai Uji F, Uji t, dan Koefisien Determinan disertai alat analisis yakni Regresi Linier Berganda guna menilai pengaruh tiap variabel.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Penelitian diberlakukan kepada 120 responden dengan pemberian kuesioner. Karakter responden diklasifikasi berdasar Nasabah Generasi, Nasabah BCA di Jabodetabek, dan pekerjaan melalui pemberian kuesioner. Responden berdasarkan nasabah generasi penggunaan MyBCA mayoritas responden generasi Z sebanyak 55 orang atau 45,83%, Selanjutnya generasi Y sebanyak 50 orang atau 41,67%, untuk generasi X sebanyak 15 orang atau

12,50%. Berdasarkan Nasabah BCA di Jabodetabek pada penggunaan MyBCA mayoritas responden sebanyak 120 orang atau 100% merupakan nasabah BCA di jabodetabek. Responden berdasarkan pekerjaan untuk wiraswasta sebanyak 38 orang atau 31,67%, kemudian Karyawan sebanyak 35 orang atau 19,17%, lalu untuk professional sebanyak 25 orang atau 20,83%, pelajar/mahasiswa sebanyak 15 orang atau 12,50%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 7 orang atau 5,83%.

Uji Validitas

Di dalam *penelitian* kuantitatif menggunakan instrumen dalam pengukuran. Menurut Sugiyono (2013) instrumen penelitian dianggap valid jika mampu dalam mengukur dan menampilkan data dari variabel yang ditentukan dengan tepat. Sebuah instrumen penelitian dikatakan valid jika alatnya tersebut benar-benar melaksanakan pengukuran apa yang seharusnya diukurnya. Jadi, semakin tinggi tingkat validitasnya, semakin baik instrumen itu dalam mengukur variabel yang ingin diteliti. Sebaliknya, jika validitasnya rendah, itu berarti instrumennya kurang akurat dalam mengukur variabel yang diinginkan. Jadi, validitas tinggi menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan bagus, sedangkan validitas rendah menunjukkan sebaliknya.. Jika koefisien nilai penelitian sebesar $> 0,3$ dan kuesioner diberikan kepada siswa, maka data dianggap valid. Syarat minimum instrumen dianggap valid jika syarat memenuhi ketika $r = 0,30$. Instrumen dinyatakan tidak valid jika korelasi antar item di bawah **0,30** (Ghozali 2013). Dari Lampiran 6 hasil uji validitas kuesioner memiliki nilai r hitung $> 0,404$ yang berarti seluruh butir pernyataan dikatakan valid. Variabel Kemudahan Penggunaan e-banking menggunakan dimensi Nugroho dalam

(Iqbal et al., 2021) Pemakaiannya, Frekuensi Penggunaan, Kepuasan Penggunaan. Variabel Kepuasan Nasabah menggunakan dimensi Tjiptono dalam (Hagemeister & Volmer, 2018) yang terdiri dari Kesesuaian Harapan, Minat menggunakan ulang, Ketersediaan untuk merekomendasikan. Variabel Loyalitas Nasabah menggunakan dimensi Kotler dan Keller dalam (Susanti & Parera, 2021) yang terdiri dari Transaksi Ulang, Menggunakan Produk Antarlini, mereferensikan produk dan kebal terhadap pesaing.

Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan jika tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner tetap konsisten sepanjang waktu atau jika kuesioner tersebut diberikan kembali dan menghasilkan hasil yang sama. Hasil uji reliabilitas dievaluasi menggunakan Cronbach's Alpha, dengan ambang batas > 0.60 . Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada tabel dibawah :

Table 1

Uji Reliabilitas Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah & Loyalitas Nasabah

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of	Kesimpulan
Kemudahan Penggunaan	0.759	$> 0,60$	Sangat Reliabel
Kepuasan Nasabah	0.676	$> 0,60$	Sangat Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.847	$> 0,60$	Sangat Reliabel

Sumber diolah, 2025

Uji Normalitas

Langkah guna memeriksa apakah datanya yang kita miliki berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan alat statistik Kolmogorov-Smirnov untuk melakukan uji ini, dan biasanya menggunakan program seperti SPSS untuk membantu perhitungan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa datanya yang kita punyai selaras dengan distribusi normalnya. (Ghozali, 2017).

Adapun referensi penentuan keputusan yakni:

1. Angka signifikan (sig) $> \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal

2. Angka signifikan (sig) $< \alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Berdasarkan table uji normalitas didapat nilai sig sebesar $0,168 > 0,05$ yang artinya data berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji ini didasarkan pada *Variance Inflation* yakni dengan standar $\text{VIF} \leq 10$ atau nilai *tolerance* $\geq 0,10$.

Melihat uji multikoleniaritas penelitian, dapat ditelaah dengan penjelasan berikut :

1. Besaran nilai tolerance variable Kemudahan Penggunaan yakni $0,979 > 0,10$ serta besaran $\text{VIF} 1,022 < 10$.

2. Besaran nilai tolerance variable Kepuasan Nasabah yakni $0,979 > 0,10$ serta besaran $\text{VIF} 1,022 < 10$.

Jadi dapat disimpulkan pada uji multikoleniaritas tidak terdapat korelasi antara variabel bebas pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

(Husein, 2019) menyebutkan bahwa uji ini mengevaluasi perbedaan varians residu antara pengamatan dalam model regresi. Ketika variansnya berfluktuasi, hal ini disebut heteroskedastisitas. Diagram pencar dapat digunakan untuk menentukan adanya atau tidak adanya heteroskedastisitas. Polanya yang unik dan konsisten (bergelombang, melebar, lalu menyempit) menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Jika terdapat pola yang jelas, heteroskedastisitas tidak ada.

Regresi Linear Berganda

Perhitungan ini dimaksudkan guna menilai pengaruh antara variabel independen yaitu Kemudahan Penggunaan (X_1), Kepuasan

Nasabah (X₂) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y).

Tabel 2
Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.629	3.859		2.163	0.002
Kemudahan Penggunaan	0.485	0.098	0.382	4.951	0.000
Kepuasan Nasabah	0.515	0.109	0.364	4.714	0.000

Sumber: Data diolah 2025

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan :

1. Nilai konstanta (a) yakni 4.629 artinya jika factor variable Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah = 0.
2. Nilai koefisien regresi berganda variabel Kemudahan Penggunaan bersifat positif dengan nilai sebesar 0,485, yakni diatas standar 0,05. Artinya variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah
3. Nilai koefisien regresi berganda variabel Kepuasan Nasabah bersifat positif dengan nilai sebesar 0,515, yakni diatas standar 0,05. Artinya variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat apakah secara simultan variabel independent yaitu Kemudahan Penggunaan (X₁), Kepuasan Nasabah (X₂) secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Tabel 3
Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	560.719	2	280.360	27.376	0.000 ^a
Residual	1198.206	117	10.241		
Total	1758.925	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kemudahan Penggunaan

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan tabel diperoleh F hitung 27,376 beserta nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga Ho ditolak Ha diterima. Artinya bahwa variabel independen secara bersamaan signifikan mempengaruhi variabel dependent.

Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial atau secara sendiri-sendiri variabel independen mempengaruhi variabel dependen atau tidak.

Tabel 4

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.629	3.859		2.163	0.002
Kemudahan Penggunaan	0.485	0.098	0.382	4.951	0.000
Kepuasan Nasabah	0.515	0.109	0.364	4.714	0.000

1. Variable (X₁) menunjukkan nilai t yakni 4,951 dan sig 0,000 < 0,05, Oleh karena itu Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Variable (X₂) menunjukkan nilai t yakni 4.714 dan sig 0.000 < 0.05. Oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dihitung guna menilai hubungan antara kemudahan penggunaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R kuadrat (R²) dalam tabel :

Tabel 5

Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.565 ^a	0.319	0.307	3.20017

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Nasabah

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

dari table tersebut bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X₁), Kepuasan Nasabah (X₂) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). berpengaruh sebanyak 31,9% dan sisa 68,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi kemudahan penggunaan aplikasi myBCA, semakin tinggi loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa aman dan mudah serta mendapatkan manfaat ketika menggunakan aplikasi myBCA maka akan meningkatkan

loyalitas nasabah tersebut. Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi myBCA, semakin tinggi loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas menggunakan fasilitas produk myBCA karena tidak dikenakan biaya, serta kualitas layanan yang cepat dan mudah akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang menggunakan aplikasi myBCA yang berada di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan uji regresi linier berganda, baik Kemudahan Penggunaan maupun Kepuasan Nasabah secara signifikan memengaruhi Loyalitas Nasabah ($\text{sig} < 0,05$). Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa pengaruh keduanya hampir seimbang, yaitu Kemudahan Penggunaan ($\beta = 0,485$) dan Kepuasan Nasabah ($\beta = 0,515$), yang berarti bahwa kepuasan sedikit lebih dominan dalam membentuk loyalitas. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya terbentuk dari kepraktisan teknis aplikasi, namun juga dari pengalaman emosional positif, seperti kecepatan layanan, tidak dikenakannya biaya tambahan, dan kemudahan dalam registrasi. Hasil uji determinasi ($R^2 = 0,319$) mengindikasikan bahwa sekitar 31,9% variasi loyalitas nasabah dijelaskan oleh dua variabel ini. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang belum dikaji, seperti persepsi keamanan, kenyamanan antarmuka, atau kepercayaan terhadap bank. Dari hasil uji validitas, semua indikator pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,1779$, menandakan semua item valid. Butir dengan r tertinggi pada variabel Kepuasan adalah “Transaksi yang saya

gunakan melalui aplikasi myBCA sangat cepat dan praktis” dengan $r = 0,775$, menunjukkan indikator ini paling kuat merepresentasikan dimensi.

Sedangkan r terendah terdapat pada indikator “Saya sering menggunakan aplikasi myBCA karena banyak rekan bisnis menggunakan platform bank yang sama” dengan $r = 0,481$, yang berarti persepsi sosial lebih lemah pengaruhnya terhadap persepsi kemudahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Semakin mudah dalam penggunaan aplikasi myBCA dan semakin tinggi kepuasan nasabah, maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Nasabah yang dipermudah dengan penggunaan aplikasi myBCA dan merasa puas dengan kualitas layanan yang cepat akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hal ini dapat mengidentifikasi bahwa keduanya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang menggunakan aplikasi myBCA yang berada di wilayah Jabodetabek. Secara empiris, penelitian ini berhasil mengkonfirmasi bahwa loyalitas nasabah terhadap aplikasi perbankan digital seperti MyBCA bukan hanya dibentuk oleh fungsi teknis, tetapi juga oleh persepsi emosional dari pengalaman layanan. Oleh karena itu, bank perlu fokus pada pengembangan teknologi yang ramah pengguna serta pemeliharaan standar layanan yang tinggi untuk mempertahankan nasabah yang loyal dan berpotensi menjadi promotor layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi myBCA dapat

meningkatkan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah terhadap aplikasi myBCA dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap pengguna aplikasi myBCA di wilayah Jabodetabek. Kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Kedua variabel ini berperan penting dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas nasabah. Secara spesifik, kemudahan penggunaan terbukti secara signifikan memengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah terhadap layanan myBCA. Selain itu, kepuasan nasabah juga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan yang diperoleh nasabah saat menggunakan aplikasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kesetiaan mereka terhadap layanan myBCA. Dengan demikian, untuk meningkatkan loyalitas nasabah, pihak penyedia layanan perlu terus memperhatikan aspek kemudahan penggunaan serta memastikan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah dalam penggunaan aplikasi myBCA. Terdapat beberapa keterbatasan atau limitasi dalam penelitian ini yaitu penelitian ini hanya dilakukan pada wilayah jabodetabek. Selain itu terdapat juga keterbatasan waktu dimulai dari penyebaran kuesioner hingga pengolahan data yang singkat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil R^2 yang sangat kecil (0,319/31,9%) sehingga diduga ada variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, contohnya keamanan penggunaan aplikasi myBCA.

Sehingga penelitian ini tidak hanya berfokus terhadap kemudahan penggunaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Implikasi

secara teoritis pada penelitian ini memberikan penjelasan bagaimana pengaruh antara kemudahan penggunaan, kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, bahwa keseluruhan variabel independen yaitu kemudahan penggunaan, kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi myBCA di wilayah Jabodetabek. Implikasi secara praktis yaitu penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi, menyediakan panduan penggunaan yang informatif, menjaga dan meningkatkan kualitas layanan, rutin melakukan survei kepuasan dan pengalaman nasabah serta memberikan apresiasi bagi nasabah loyal. Rujukan ini untuk membantu berbagai pihak yang memiliki kesamaan pada penelitian ini walaupun aplikasi myBCA sudah memiliki kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah yang sangat baik, namun aplikasi myBCA perlu mempertahankan kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah kepada nasabah agar loyalitas nasabah aplikasi myBCA dapat terus meningkat.

DAFTAR REFERENSI

Alkhalwaldeh, K., & Alkayid, W. (2023). The Impact of Social Media Quality on Their Use in Business Continuity of Jordanian Small and Medium Enterprises During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Small Business Strategy*, 33(3), 157–187. <https://doi.org/10.53703/001c.94168>

Amin, M. (2023). PENGARUH DIGITALISASI BANK DAN KUALITAS LAYANAN PRONTLINER TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH DI MASA PANDEMI COVID-19 PADA BANK BRI CABANG MA. (n.d.).

Ananda Gosal, D., Raya Kupang Baru No, J., Sukomanunggal, K., & Timur, J. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah BCA*. 2(1), 50–53. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.531>

Andarwati, M., Zuhroh, D., & Amrullah, F. (2020). Determinants of Perceived Usefulness and End-User Accounting Information System in SMEs. *Article in International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(8s), 46–61. <https://www.researchgate.net/publication/341070065>

Andrew Susanto, S., Valensius Manek, M., Alfonso Setiawan, R., & Mustikasari, F. (n.d.). *CUSTOMER EXPERIENCE IN DIGITAL BANKING: THE INFLUENCE OF CONVENIENCE, SECURITY, AND USEFULNESS ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY IN INDONESIA*. <http://devotion.greenvest.co.id>

Cahyadi, L., & Penulis, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)*, 1(2), 12–28. <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2.73>

Duy Phuong, N. N., Luan, L. T., Van Dong, V., & Le Nhat Khanh, N. (2020). Examining customers' continuance intentions towards e-wallet usage: The emergence of mobile payment acceptance in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 505–516. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.505>

Fitriyanti, F., Hum, M., Kn, M., Wulan Rachmanti, V., & Mulya Amalia, N. (2022). *PENGARUH INOVASI DIGITAL (MOBILE*

BANKING) BANK BCA DALAM INDUSTRI PERBANKAN PADA TAHUN 2020-2022 TERHADAP KEPUASAN NASABAH.

Furqon, A. (2020). *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Diskon Harga Dan Persepsi Privasi Terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Brimo (E-Banking)*. July, 1–23.

Hagemeister, A., & Volmer, J. (2018). Do social conflicts at work affect employees' job satisfaction?: The moderating role of emotion regulation. *International Journal of Conflict Management*, 29(2), 213–235. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-11-2016-0097>

Hair, J. F. ., Black, W. C. ., Babin, B. J. ., & Anderson, R. E. . (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.

Iqbal, J., Heriyani, H., & Urrahmah, I. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 5(2), 25. <https://doi.org/10.37253/gfa.v5i2.6001>

Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector. *TQM Journal*, 33(6), 1163–1182. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0119>

Khoirun Nisa, A. (2018). *PENGARUH PENGETAHUAN, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN E-BANKING TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI ULANG SECARA ONLINE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)*.

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).
- Malhotra, N. (2017). MARKETING RESEARCH: An applied orientation. *Marketing Research*, 2, 1–26.
- Marlius, D., & Friscilia, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang. *JURNAL PUNDI*, 8(1), 11. <https://doi.org/10.31575/jp.v8i1.526>
- Mustafa, P. S., G. H., V. A., M. N. K., & L. N. D. (2022). (2022). *Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., & Lestariningsih, N. D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. Insight Mediatama.*
- Mutiara Sari, D., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (n.d.). *MANFAAT DAN RISIKO PENGGUNAAN LAYANAN PERBANKAN (terjemahan).*
- Novitasari, C. A., Manggabarani, A. S., & Astuti, M. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank BCA. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 19(2), 1–12. <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i2.26>
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nyirangondo, M., Du Bruyn, M., & Dilotsotlhe, N. (2024a). Are hotels meeting customer expectations regarding service quality. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 13(4), 124–133. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i4.3362>
- Nyirangondo, M., Du Bruyn, M., & Dilotsotlhe, N. (2024b). Are hotels meeting customer expectations regarding service quality. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 13(4), 124–133. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i4.3362>
- Parera, N. O., Susanti, E., & Artikel, I. (2021). LOYALITAS NASABAH DARI KEMUDAHAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING INFO ARTIKEL ABSTRAK. In *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)* (Vol. 2, Issue 1). <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Pengaruh program loyalitas, persepsi nilai, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepausan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan.* (n.d.).
- Sri Woelandari P.G, D. W. P. G., Setyawati, N. W., & Rianto, M. R. (2022). EASE of USE, CONVENIENCE, TRUST, and INTENTION to USE MOBILE BANKING. *Journal of Economic Development Environment and People*, 11(3), 62–69. <https://doi.org/10.26458/jedep.v11i3.753>
- Sumantri, D. I., Rachmat, B., Widyanoro, H., Hayam, U., & Perbanas Surabaya, W. (2023). The Influence Of Service Quality, Perceived Value, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty To BCA Customers In Surabaya Pengaruh Service Quality, Perceived Value, Dan Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty Pada Nasabah BCA Di Surabaya. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan Mobile Banking. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 39–48.

<https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>

Vebiana, V. (2020). *Digital Banking, Customer Experience, and Islamic Bank Financial Performance in Indonesia*. 249–

255.

<https://doi.org/10.5220/0009868002490255>

Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(2), 245. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i2.375>