

Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan di Madura

Divya Ridhani Saleh¹, Syari Fatun Nisa²

Email: divyaridhanisaleh@gmail.com, syarinisa47@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi layanan perbankan menuju sistem yang lebih modern, cepat, dan efisien melalui pemanfaatan mobile banking. Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di wilayah Madura. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna mobile banking yang berdomisili di Madura. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS/SmartPLS melalui pengujian validitas, reliabilitas, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, mobile banking juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan penelitian juga membuktikan bahwa kepuasan nasabah berperan penting dalam meningkatkan loyalitas terhadap layanan perbankan. Dengan demikian, kualitas layanan mobile banking menjadi faktor strategis dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Oleh karena itu, perbankan perlu terus mengembangkan fitur layanan, meningkatkan keamanan transaksi, serta memperbaiki kemudahan akses guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Mobile Banking, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, Perbankan Digital, Madura

Abstract

The development of digital technology has driven the transformation of banking services towards a more modern, faster, and more efficient system through the use of mobile banking. This service allows customers to conduct various financial transactions anytime and anywhere without having to visit a bank branch. This study aims to analyze the effect of mobile banking usage on customer satisfaction and loyalty in the Madura region. The study used a quantitative approach with a survey method. Data were obtained by distributing questionnaires to mobile banking users domiciled in Madura. The study sample consisted of 100 respondents selected using a purposive sampling technique based on certain criteria. Data analysis was conducted using the SPSS/SmartPLS application through validity and reliability tests, as well as hypothesis testing to determine the relationship between variables. The results show that mobile banking has a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, mobile banking also has a positive and significant effect on customer loyalty. The research findings also prove that customer satisfaction plays a crucial role in increasing loyalty to banking services. Thus, the quality of mobile banking services is a strategic factor in maintaining long-term relationships with customers. Therefore, banks need to continue developing service features, enhancing transaction security, and improving ease of access to increase customer satisfaction and loyalty amidst the increasingly competitive digital banking industry.

Keywords: Mobile Banking, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Digital Banking, Madura

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor perbankan. Transformasi digital mendorong lembaga perbankan untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang cepat, mudah, dan efisien bagi nasabah. Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah layanan mobile banking (Antonov et al., 2022; Rahman, Wafi, et al., 2023). Mobile banking merupakan layanan perbankan berbasis aplikasi yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui smartphone kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor bank atau mesin ATM (Selvia et al., 2025). Penggunaan mobile banking di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat smartphone di masyarakat. Kehadiran layanan ini memberikan berbagai kemudahan bagi nasabah (Hafizh et al., 2023), seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga pengecekan saldo secara real time (Maharani & Sari, 2025). Selain memberikan kemudahan, mobile banking juga menjadi strategi perbankan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan daya saing di era digital (Ichsan & Karim, 2021).

Perkembangan layanan mobile banking telah mengubah pola interaksi antara nasabah dan bank dari layanan konvensional menuju layanan berbasis digital. Nasabah saat ini tidak hanya mengharapkan kemudahan akses transaksi, tetapi juga menuntut kecepatan, keamanan, dan kenyamanan dalam menggunakan layanan perbankan (Rahman, Sa'adah, et al., 2024). Kemampuan bank dalam menyediakan aplikasi mobile banking yang mudah digunakan, memiliki fitur yang lengkap, serta didukung sistem keamanan yang andal menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman positif bagi nasabah. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Oleh karena itu, mobile banking tidak lagi dipandang sebagai layanan tambahan, melainkan telah menjadi kebutuhan utama yang memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan perbankan secara keseluruhan (Rahman et al., 2022).

Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan digital menuntut setiap bank untuk mampu mempertahankan loyalitas nasabah melalui inovasi layanan yang berkelanjutan. Loyalitas nasabah merupakan aset strategis yang berkontribusi terhadap keberlangsungan bisnis perbankan karena nasabah yang loyal cenderung menggunakan layanan secara berulang, merekomendasikan kepada pihak lain, serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap institusi perbankan (Rahman & Pratikto, 2022). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi terbentuknya loyalitas. Ketika layanan mobile banking mampu memenuhi bahkan melampaui harapan nasabah, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas jangka Panjang (Nurlatipah et al., 2023; Rahman, Handayati, et al., 2023). Dengan demikian, penting bagi perbankan untuk memahami sejauh mana pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan layanan digital yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pengguna (Rahayu et al., 2025; Rahman, Maulidiyah, et al., 2023).

Di Madura, perkembangan teknologi digital mulai memengaruhi pola perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Masyarakat yang sebelumnya lebih banyak melakukan transaksi secara langsung kini mulai beralih menggunakan layanan digital, termasuk mobile banking (Ardianto et al., 2024). Peningkatan penggunaan smartphone dan akses internet di wilayah Madura turut mendukung pertumbuhan penggunaan layanan mobile banking di kalangan masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat modern. Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan (Nurdin et al., 2020), (Masadah et al., 2020). Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan layanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan (Raflia & Yunanto, 2024), sedangkan loyalitas nasabah mencerminkan komitmen nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank dalam jangka panjang (Sulle, 2022). Nasabah yang puas cenderung memiliki tingkat loyalitas

yang lebih tinggi dan bersedia merekomendasikan layanan bank kepada orang lain (Palandi et al., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mobile banking memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Fitria et al., 2021). Penelitian Sari (2023) juga menjelaskan bahwa kepuasan nasabah memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada layanan digital banking (Sari et al., 2023). Selain itu, kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi mobile banking mampu meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital (Reihandho & Fajarwati, 2023). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada masyarakat perkotaan dan wilayah dengan tingkat digitalisasi yang tinggi, sedangkan penelitian mengenai pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah di wilayah Madura masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan pada fokus penelitian yang dilakukan pada masyarakat perbankan di Madura dengan menganalisis hubungan antara mobile banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah dalam konteks perkembangan layanan perbankan digital di daerah tersebut.

Mobile banking dinilai memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah karena layanan ini menawarkan kemudahan akses (Maharani & Sari, 2025), efisiensi waktu (Atasyadila & Muchlis, 2024), keamanan transaksi (Mukhtisar et al., 2021), serta fitur layanan yang beragam. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala seperti gangguan sistem, risiko keamanan data, dan kurang optimalnya pengalaman pengguna yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Madura. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan digital serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perbankan digital dan perilaku nasabah.

Literatur Review

Mobile banking merupakan salah satu inovasi layanan perbankan digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat smartphone secara cepat dan fleksibel. Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM), penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks perbankan, mobile banking dinilai mampu meningkatkan efisiensi transaksi, menghemat waktu, serta memberikan kemudahan akses layanan selama 24 jam. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking yang baik dapat meningkatkan pengalaman pengguna sehingga memberikan nilai tambah bagi nasabah dalam berinteraksi dengan layanan perbankan digital (Yadav et al., 2025).

Kepuasan nasabah merupakan kondisi ketika layanan yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan pengguna. Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan layanan yang diberikan. Kualitas sistem, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, serta kecepatan layanan merupakan beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna mobile banking. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan mobile banking yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diperoleh. Oleh karena itu, pengembangan fitur yang responsif dan aman menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan digital perbankan (Antonov et al., 2022; Kadir & Rahman, 2022).

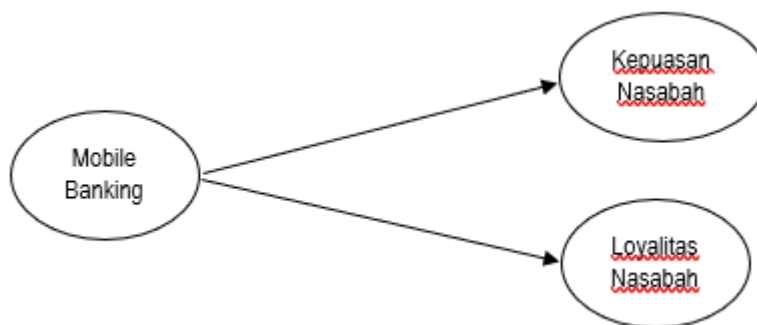
Loyalitas nasabah merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan tertentu dalam jangka panjang serta merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam perspektif pemasaran jasa, loyalitas tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan ulang layanan, tetapi juga melalui kepercayaan dan keterikatan emosional terhadap penyedia jasa. Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa mobile banking memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena layanan ini mampu memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Ketika nasabah merasakan manfaat yang tinggi dari penggunaan mobile banking,

mereka cenderung mempertahankan hubungan dengan bank yang menyediakan layanan tersebut dibandingkan beralih ke bank lain (Arif, 2020; Rahman & Pratikto, 2022).

Hubungan antara mobile banking, kepuasan, dan loyalitas nasabah telah menjadi fokus berbagai penelitian dalam bidang pemasaran jasa dan perbankan digital. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh mobile banking terhadap loyalitas nasabah. Artinya, semakin baik kualitas layanan mobile banking yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank. Namun demikian, karakteristik sosial, ekonomi, dan tingkat literasi digital masyarakat di setiap daerah dapat menghasilkan temuan yang berbeda (Almaiah et al., 2023; Rahman, Pratikto, et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Madura menjadi penting untuk memberikan bukti empiris yang lebih spesifik sesuai dengan kondisi dan karakteristik masyarakat setempat.

Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan antara mobile banking dengan kepuasan dan loyalitas nasabah. Mobile banking sebagai variabel independen diduga memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah juga diduga memengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir penelitian ini menggambarkan hubungan antara mobile banking sebagai variabel independen dengan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Mobile banking diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan efisiensi dalam bertransaksi. Selain itu, mobile banking juga diperkirakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kemudahan akses dan kelengkapan fitur layanan mampu meningkatkan kenyamanan serta kepercayaan nasabah sehingga nasabah cenderung tetap menggunakan layanan bank dalam jangka panjang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Madura (Rahman et al., 2025; Rahman & Pratikto, 2022). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui pengukuran data numerik dan analisis statistik. Penelitian dilakukan pada nasabah perbankan yang telah menggunakan layanan mobile banking dan berdomisili di wilayah Madura yang meliputi Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan pengguna layanan mobile banking di Madura. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, memiliki rekening bank aktif, serta telah menggunakan layanan mobile banking sekurang-kurangnya

selama enam bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dianggap telah memenuhi syarat minimum untuk analisis statistik berbasis Partial Least Squares (PLS).

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun daring menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel independen dalam penelitian ini adalah mobile banking yang diukur melalui indikator kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi, kemudahan akses, dan kelengkapan fitur layanan. Variabel dependen terdiri atas kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan terhadap layanan, dan pengalaman penggunaan, sedangkan loyalitas nasabah diukur melalui niat menggunakan kembali, komitmen terhadap bank, serta kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS versi terbaru. Tahapan analisis meliputi uji validitas konvergen melalui nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), uji validitas diskriminan, serta uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (inner model) melalui nilai R-Square dan pengujian hipotesis menggunakan teknik bootstrapping. Hipotesis penelitian diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil analisis digunakan untuk menjelaskan pengaruh mobile banking terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah perbankan di Madura.

Hasil Dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan nasabah pengguna mobile banking di wilayah Madura. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 18–30 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia muda cenderung lebih aktif menggunakan layanan perbankan digital karena memiliki tingkat adaptasi teknologi yang lebih tinggi dibandingkan kelompok usia lainnya. Selain itu, sebagian besar responden telah menggunakan layanan mobile banking lebih dari satu tahun sehingga responden dinilai memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan tersebut.

Dari sisi penggunaan layanan, responden menyatakan bahwa mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, dan pengecekan saldo secara real time. Kemudahan akses layanan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong masyarakat di Madura mulai beralih dari transaksi konvensional menuju transaksi digital.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Laki-laki	46	46%
Perempuan	54	54%
Usia 18–25 Tahun	48	48%
Usia 26–35 Tahun	32	32%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas, seluruh item pernyataan pada variabel mobile banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah memiliki nilai korelasi yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel sehingga seluruh indikator penelitian dinyatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian. Sementara itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur jawaban responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian layak digunakan untuk tahap pengujian hipotesis.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r hitung	Keterangan
Mobile Banking	6	> 0,30	Valid
Kepuasan Nasabah	5	> 0,30	Valid
Loyalitas Nasabah	5	> 0,30	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 3 Hasil Uji Realibitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Mobile Banking	0,842	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,801	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,856	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh Variabel	Koefisien	t-statistik	p-value	Keterangan
H1	Mobile Banking → Kepuasan Nasabah	0,712	8,321	0,000	Diterima
H2	Mobile Banking → Loyalitas Nasabah	0,534	5,672	0,000	Diterima
H3	Kepuasan Nasabah → Loyalitas Nasabah	0,648	7,214	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah (Tohari, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan mobile banking yang disediakan oleh bank, maka kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital juga akan semakin meningkat (Zalelawati et al., 2023). Berdasarkan hasil analisis, faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan dalam melakukan transaksi, keamanan layanan, serta efisiensi waktu. Nasabah menilai bahwa mobile banking memberikan pengalaman transaksi yang lebih mudah dan praktis dibandingkan layanan perbankan konvensional. Selain itu, akses layanan yang dapat digunakan kapan saja dan di mana saja menjadi salah satu alasan utama meningkatnya kepuasan pengguna mobile banking di wilayah Madura.

Fenomena tersebut muncul karena masyarakat saat ini semakin membutuhkan layanan transaksi yang cepat, praktis, dan fleksibel seiring berkembangnya aktivitas ekonomi digital. Perubahan pola perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi juga mendorong pihak bank untuk menghadirkan layanan digital yang mampu memenuhi kebutuhan nasabah secara efektif dan efisien. Dalam kondisi tersebut, mobile banking tidak hanya dimanfaatkan sebagai media transaksi, tetapi juga menjadi bentuk peningkatan kualitas pelayanan bank kepada nasabah.

Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobile banking memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa nyaman dan terbantu dengan layanan mobile banking cenderung akan terus menggunakan layanan bank tersebut dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas nasabah terbentuk karena mobile banking mampu menghadirkan proses transaksi yang cepat, aman, serta mudah dioperasikan (Masadah et al., 2020). Di samping itu, tersedianya fitur layanan yang lengkap membuat nasabah merasa seluruh kebutuhan transaksi keuangannya dapat dilakukan hanya melalui satu aplikasi. Keadaan ini meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap pihak bank sehingga hubungan jangka panjang antara nasabah dan perbankan menjadi semakin kuat (Arif, 2020).

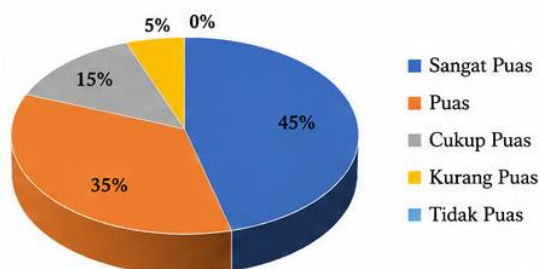
Secara teoritis, loyalitas nasabah dapat tercipta apabila layanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan dan membangun kepercayaan secara konsisten. Dalam penelitian ini, loyalitas

nasabah terlihat dari kecenderungan responden untuk tetap menggunakan layanan mobile banking serta merekomendasikannya kepada orang lain.

Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap bank tersebut. Kepuasan nasabah muncul karena layanan mobile banking mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah, terutama dalam aspek kemudahan transaksi, efisiensi waktu, serta keamanan layanan (Mukhtisar et al., 2021), (Nurdin et al., 2021). Ketika layanan yang diberikan sesuai dengan harapan, nasabah akan memperoleh pengalaman yang positif sehingga timbul keinginan untuk terus menggunakan layanan perbankan tersebut.

Fenomena ini sejalan dengan teori loyalitas pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Nasabah yang merasa puas tidak hanya akan menggunakan kembali layanan yang tersedia, tetapi juga cenderung mempertahankan hubungan dengan pihak bank dalam jangka panjang.



Gambar 2. Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Mobile Banking

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan di Madura. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan mobile banking yang semakin baik mampu meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap layanan perbankan secara keseluruhan. Kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan sistem, serta fleksibilitas akses menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Dalam konteks masyarakat Madura yang semakin aktif memanfaatkan teknologi digital untuk berbagai aktivitas ekonomi, keberadaan mobile banking memberikan solusi yang efektif dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Hasil penelitian ini mendukung pandangan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam layanan perbankan mampu menciptakan pengalaman layanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Temuan tersebut sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam penerimaan suatu teknologi. Ketika nasabah merasakan bahwa mobile banking mudah digunakan dan memberikan manfaat yang nyata dalam aktivitas transaksi sehari-hari, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan meningkat. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perbankan perlu terus melakukan inovasi dan pengembangan layanan mobile banking agar mampu memenuhi ekspektasi nasabah yang terus berkembang.

Selanjutnya, hasil penelitian membuktikan bahwa mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan bank dalam menyediakan layanan digital yang cepat, aman, dan mudah digunakan mampu mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan perbankan yang sama dalam jangka panjang. Loyalitas yang terbentuk tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan layanan secara berulang, tetapi juga melalui

keinginan nasabah untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada keluarga, teman, maupun kolega. Temuan ini memperlihatkan bahwa mobile banking telah menjadi salah satu faktor strategis yang mampu memperkuat hubungan antara bank dan nasabah di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin kompetitif.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil tersebut mengonfirmasi bahwa kepuasan merupakan faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank. Ketika layanan mobile banking mampu memenuhi harapan nasabah dalam aspek kemudahan, keamanan, keandalan, dan efisiensi transaksi, maka nasabah akan memiliki pengalaman positif yang mendorong terbentuknya kepercayaan dan komitmen terhadap bank. Kepuasan yang dirasakan secara berkelanjutan akan meningkatkan kecenderungan nasabah untuk tetap menggunakan produk dan layanan bank serta mengurangi kemungkinan berpindah ke bank lain yang menawarkan layanan serupa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang saling memperkuat antara mobile banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Mobile banking berperan sebagai sarana yang mampu meningkatkan kualitas layanan perbankan, yang selanjutnya menghasilkan kepuasan nasabah dan berujung pada peningkatan loyalitas. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pihak perbankan untuk terus meningkatkan kualitas aplikasi mobile banking melalui pengembangan fitur yang inovatif, peningkatan keamanan data dan transaksi, penyempurnaan antarmuka pengguna, serta peningkatan kecepatan layanan. Dengan strategi tersebut, bank tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga dapat mempertahankan loyalitas nasabah sebagai modal penting dalam menghadapi persaingan industri perbankan digital di masa mendatang.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mobile banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan di Madura. Kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan transaksi, keamanan layanan, serta fleksibilitas akses menjadi faktor utama yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital. Semakin baik kualitas layanan mobile banking yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Layanan mobile banking yang mampu memberikan kemudahan, kenyamanan, dan efisiensi transaksi mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan bank yang sama serta merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, kepuasan nasabah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas terhadap layanan mobile banking cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan komitmen yang lebih tinggi terhadap bank sehingga tercipta hubungan jangka panjang yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa mobile banking merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Madura. Oleh karena itu, pihak perbankan perlu terus meningkatkan kualitas layanan mobile banking melalui pengembangan fitur yang inovatif, peningkatan keamanan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, serta optimalisasi kualitas layanan digital guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

Daftar Pustaka

- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating the Role of Perceived Risk, Perceived Security and Perceived Trust on Smart m-Banking Application Using SEM. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(13). <https://doi.org/10.3390/su15139908>
- Antonov, M. P. I., Hassan, F. Z., & Nurisnaini, N. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Informatika Kesatuan*, *2*(2), 189–198.

<https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1458>

- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Apriliana Dewi, L. O., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>
- Arif, M. S. Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 8(2), 472–481.
- Atasyadila, H., & Muchlis, M. (2024). Pengaruh Digital Banking Terhadap Profitabilitas Dan Efisiensi Operasional Perbankan. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(2), 469–478. <https://doi.org/10.35384/jamie.v2i2.619>
- Fitria, A., Munawar, A., & Pratama, P. P. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 43–52. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 427–440.
- Kadir, A., & Rahman, F. (2022). Implementasi Sistem Bagi Hasil Pada Produk Deposito Di Koppontren Auba Bata-Bata Palengaan Pamekasan. In *Investi : Jurnal Ekonomi dan Perbankan* (Vol. 3, Issue 1, pp. 357–365). <https://doi.org/10.32806/ivi.v3i1.104>
- Maharani, S., & Sari, M. (2025). Transformasi Digital dalam Layanan Perbankan Menyongsong Era Baru Keuangan Digital. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 3(1), 139.
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). In *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. (Vol. 3, Issue 1, p. 56). pdfs.semanticscholar.org. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>
- Nurdin, N., Musyawah, 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>
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. In *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 3, Issue 1). repository.uindatokarama.ac.id. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurlatipah, W. S., Rahman, F., & Toha, M. (2023). Analysis of Financial Ratios on The Performance of Muamalat Indonesia Bank. In *Majapahit Journal of Islamic Finance and Management* (Vol. 2, Issue 1, pp. 54–77). scholar.archive.org. <https://doi.org/10.31538/mjifm.v2i1.13>
- Palandi, J. J., Mangantar, M., & Raintung, M. C. (2022). Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Pegadaian Di Manado. In *Jurnal EMBA*

(Vol. 10, Issue 4, pp. 565–576).

- Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri. In *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* (Vol. 9, Issue 5, pp. 3182–3198). academia.edu. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i5.15331>
- Rahayu, R. P., Rahman, F., Salsabila, N. A., & Firdausi, A. S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Kepatuhan wajib Pajak , dan Green Banking terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Journal EconoPulse Nexus*, 1(6), 70–81. <https://ejournal.omahtabing.com/epnj/article/view/72>
- Rahman, F., Azizah, N., & Kamiliya, N. (2022). Analisis Rasio Penjaminan Kredit Usaha Rakyat Pada PT. Jamkrindo Pamekasan Di Masa Pandemi. In *JURISY: Jurnal Ilmiah Syariah* (Vol. 2, Issue 2, pp. 1–11). <https://doi.org/10.37348/jurisy.v2i2.189>
- Rahman, F., Handayati, P., & Sonhaji. (2023). The Effect of Buying and Selling Financing and Profit Sharing Financing on Financial Performance at BPRS Bhakti Sumekar. In *Internasional Journal of Integrative Sciences* (Vol. 2, Issue 3, pp. 217–230). <https://journal.formosapublisher.org/index.php/ijis>
- Rahman, F., Maulidiyah, N., Maysyaroh, S., Ningsih, S. S., & Nahdia, T. (2023). Deposito berhadiah win solution di masa pandemi pada bprs sarana prima mandiri pamekasan * 1. In *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–6). [webhttps://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/PROSPEKS](http://ejournal.alkhairat.ac.id/index.php/PROSPEKS)
- Rahman, F., & Pratikto, H. (2022). Sibisa Al Khairat Pamekasan Cooperative Financial Ratios During the Pandemic. In *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU)* (Vol. 9, Issue 6, pp. 445–454). <http://ijmmu.comhttp://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i6.3781>
- Rahman, F., Pratikto, H., Fulgentius, D. M., & Handayati, P. (2024). Kurdish Studies the Influence of Spirituality on Business Performance is Mediated by Loan Repayment Commitments and Moderated by MSE Business Innovation. In *Kurdish Studies* (Issue 2, pp. 2051–4883). www.KurdishStudies.net
- Rahman, F., Pratikto, H., Murwani, F. D., & Handayat, P. (2025). Multidimensional Model of Business Performance with Financial Literacy Integration Mediated by Loan Repayment Commitment and Moderated by MSE Business Innovation on the Island of Madura. In *Journal of Xidian University* (Vol. 19, Issue 1, pp. 530–545). https://www.researchgate.net/profile/Fadali-Rahman/publication/388633470_Multidimensional_Model_of_Business_Performance_with_Financial_Literacy_Integration_Mediated_by_Loan_Repayment_Commitment_and_Moderated_by_MSE_Business_Innovation_on_the_Island_of_Mad
- Rahman, F., Sa'adah, N., Karimah, K., Ariska Wulandari, Y., Qomariyah, N., & Jannah, W. (2024). Green Banking Terhadap Nilai Cash Flow Di Bprs Bhakti Sumekar Kcp Pamekasan. In *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Issue 1, pp. 267–276). <https://doi.org/10.32806/ppsv2i1.284>
- Rahman, F., Wafi, A., Saidi, A., Sholihah, S., & Sholiha, U. (2023). Efficient Use of Bsi Mobile in Online Account Opening As a Form of Paperless Support and Realization of Green Banking. *Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 150–159. <https://doi.org/10.32806/ppsv1i2.268>
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70–80.

<https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.961>

- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora* (Vol. 6, Issue 1, pp. 54–57). scholar.archive.org. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Riska Selvia, Femei Purnama Sari, & Anggun Okta Fitri. (2025). Pengembangan Layanan Perbankan Digital dalam Perbankan Syariah. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, 1(2), 103–110. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.111>
- Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 2, Issue 2, p. 119). <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Sulle, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi). In *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* (Vol. 2, Issue 1, pp. 101–109). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.862>
- Tohari, H. N. (2024). *Kepuasan Nasabah Tinjauan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank Syariah*. books.google.com.
- Yadav, O. P., Teotia, R. K., & Baliyan, R. (2025). Fintech and Data Science: Shaping the Future of the Digital Economy. In *Synergy of AI and Fintech in the Digital Gig Economy* (pp. 316–333). <https://doi.org/10.1201/9781003621454-20>
- Zalelawati, S., Marlita, T., & Syaifudin, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah. In *Jurnal Multidisiplin Indonesia* (Vol. 2, Issue 6, pp. 1020–1026). <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i6.237>