

# BAB I

## PENDAHULUAN

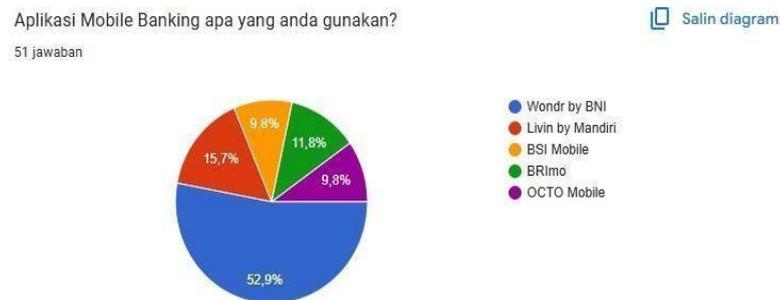
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku masyarakat, terutama dalam mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan. Transformasi digital di sektor perbankan telah menghadirkan inovasi yang mengubah perspektif interaksi antara nasabah dan lembaga keuangan, dari yang sebelumnya bersifat tatap muka menjadi serba digital. Hal ini selaras dengan pernyataan bahwa, Digitalisasi layanan perbankan merujuk pada transisi dari layanan yang dulunya hanya bisa diakses melalui cabang fisik menjadi layanan yang tersedia secara online dan melalui aplikasi *mobile* (Citra et al., 2024). Layanan *mobile banking* kini menjadi solusi utama yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai aktivitas finansial seperti transfer dana, pembayaran tagihan, hingga investasi melalui aplikasi *mobile* secara instan dan efisien. Kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh *mobile banking* sejalan dengan gaya hidup masyarakat modern, khususnya generasi muda yang mengutamakan kenyamanan dan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan digital banking di Indonesia terus menunjukkan tren pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, OJK mencatat bahwa volume transaksi *mobile banking* telah mencapai lebih dari 13.800 triliun rupiah, meningkat

sekitar 11,6% dibandingkan tahun sebelumnya (Motion Bank, 2023). Pertumbuhan ini mencerminkan antusiasme dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital yang ditawarkan oleh perbankan. Transaksi yang semula banyak dilakukan secara konvensional kini bergeser menjadi digital karena dianggap lebih efisien dan relevan dengan kebutuhan masa kini. Tidak hanya menunjukkan peningkatan dari sisi pengguna, data ini juga memperlihatkan adanya pergeseran besar dalam pola konsumsi jasa keuangan, di mana masyarakat mulai sangat bergantung pada layanan berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka.

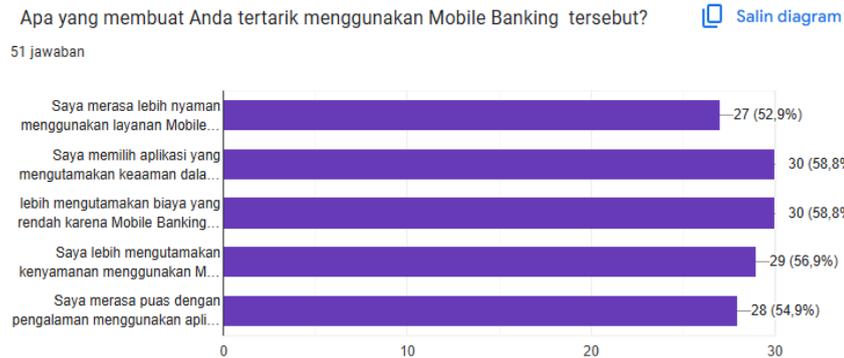
Salah satu bentuk inovasi *digital banking* yang menarik perhatian generasi muda adalah aplikasi WONDR by BNI. WONDR by BNI merupakan layanan *mobile banking* terbaru dari Bank Negara Indonesia (BNI) yang dirancang dengan pendekatan yang lebih segar, personal, dan modern. Dengan tampilan antarmuka yang *fun* dan *user-friendly*, WONDR by BNI menawarkan antarmuka modern dan responsif yang meningkatkan pengalaman pengguna, khususnya bagi generasi milenial dan Gen Z. Fitur-fitur seperti insight keuangan, transaksi *real-time*, serta *growth* (perencanaan keuangan masa depan) sangat sesuai dengan kebutuhan generasi muda yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan pengalaman digital yang interaktif (ANTARA News, 2024). Sebagai produk baru di tengah persaingan industri perbankan digital, penting untuk memahami bagaimana persepsi pengguna terhadap aplikasi ini terbentuk dan apakah mereka memiliki niat untuk terus menggunakannya dalam jangka panjang.



**Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Banking Yang Paling Banyak Digunakan**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan data yang ditampilkan pada Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa mayoritas responden, yaitu sebesar 52,9% dari total 51 respon, memilih Wondr By BNI sebagai aplikasi *mobile banking* yang mereka gunakan. Persentase ini mencerminkan dominasi Wondr By BNI di antara pilihan aplikasi perbankan digital yang disebutkan, yang kemungkinan besar disebabkan oleh kemudahan integrasi dengan ekosistem BNI serta fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan digital banking masyarakat saat ini. Di posisi kedua, LIVIN by Mandiri memperoleh 15,7% dari total suara, yang menunjukkan adanya preferensi yang signifikan terhadap aplikasi ini, kemungkinan dipengaruhi oleh fitur-fitur inovatif dan kemudahan transaksi digital yang ditawarkannya. Sementara itu, OCTO Mobile dan BSI Mobile masing-masing dipilih oleh 9,8% responden, yang menunjukkan tingkat penggunaan yang relatif serupa di antara keduanya. BRImo, meskipun memperoleh persentase yang lebih rendah yaitu 11,8%, tetap menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki basis pengguna yang setia meskipun popularitasnya belum mampu menyaingi aplikasi-aplikasi digital banking lainnya yang lebih established.



**Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Mobile Banking**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Gambar 1.2 data dari survei dengan 51 jawaban, mayoritas responden tertarik menggunakan layanan *mobile banking* karena beberapa alasan utama. Sebanyak 30 responden (58,8%) memilih aplikasi yang mengutamakan keamanan data, menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor krusial dalam adopsi layanan perbankan digital. Jumlah responden yang sama (30 orang atau 58,8%) juga lebih mengutamakan biaya yang lebih rendah karena layanan *mobile banking*, mengindikasikan bahwa efisiensi biaya menjadi daya tarik signifikan. Selain itu, sebanyak 29 responden (56,9%) lebih mengutamakan kenyamanan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kepraktisan menjadi pertimbangan penting bagi pengguna. Kemudian, 28 responden (54,9%) merasa puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi *mobile banking*, yang mengisyaratkan bahwa pengalaman pengguna yang positif berperan dalam mempertahankan dan menarik minat terhadap layanan ini. Terakhir, sebanyak 27 responden (52,9%) merasa lebih nyaman menggunakan layanan *mobile banking*, yang menunjukkan bahwa faktor kenyamanan subjektif juga berkontribusi pada preferensi terhadap layanan ini. Secara keseluruhan, data

ini menyoroti bahwa keamanan, efisiensi biaya, kenyamanan, dan pengalaman pengguna yang positif adalah faktor-faktor utama yang membuat responden tertarik menggunakan layanan *mobile banking*.

Survei pendahuluan ini menunjukkan bahwa aspek kenyamanan, keamanan, dan pengalaman pengguna sangat memengaruhi adopsi awal layanan *mobile banking*. Namun, untuk menciptakan keberlanjutan dalam penggunaan, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong pengguna untuk menggunakan aplikasi dalam jangka panjang. Terlebih lagi, dengan semakin banyaknya layanan *digital banking* yang tersedia, persaingan antar bank dalam mempertahankan loyalitas pengguna menjadi semakin ketat. Tantangan utama bagi perusahaan perbankan saat ini bukan hanya menarik pengguna baru, tetapi juga mempertahankan pengguna agar tetap menggunakan aplikasi mereka secara konsisten. Dalam hal ini, pemahaman terhadap faktor-faktor yang mendorong *continuance intention*, atau niat pengguna untuk terus menggunakan aplikasi, menjadi sangat penting. Penelitian oleh Asamoah et al. (2024) menyebutkan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi niat untuk terus menggunakan aplikasi, dua diantaranya yang paling dominan adalah kualitas layanan (*service quality*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

*Service quality* dalam konteks digital banking tidak hanya sekedar kecepatan layanan, tetapi juga menyangkut aspek keandalan sistem, keamanan data, kemudahan mengakses fitur, dan kemampuan platform dalam menyelesaikan masalah pengguna secara responsif (Setiawan et al., 2022). Sebuah aplikasi digital banking yang mampu memberikan layanan yang konsisten, stabil, dan sesuai harapan akan membentuk persepsi positif dari

pengguna. Kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi, membangun rasa puas, dan pada akhirnya mendorong mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Selanjutnya, *perceived ease of use* atau persepsi terhadap kemudahan penggunaan menjadi aspek penting lainnya dalam membangun pengalaman pengguna yang menyenangkan. Aplikasi yang memiliki tampilan antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta proses transaksi yang cepat dan tidak rumit akan lebih menarik bagi pengguna, terutama dari kalangan muda yang cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kepraktisan teknologi. Jika pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dipahami dan tidak memerlukan usaha ekstra untuk menggunakannya, maka peluang untuk mempertahankan mereka sebagai pengguna aktif akan semakin besar (Simatupang et al., 2024). Namun demikian, dalam pelaksanaannya, tidak semua aplikasi mampu memenuhi ekspektasi tersebut secara konsisten. Safingi (2025) mengungkapkan bahwa terdapat pengalaman pada saat menggunakan aplikasi Wondr By BNI yang tidak dapat melakukan login meskipun jaringan dalam kondisi baik dan tidak terdapat kendala teknis dari sisi perangkat. Bahkan, tombol login tidak memberikan respons sama sekali, dan laporan gangguan yang diajukan pun ditangani dengan lambat. Kondisi seperti ini menunjukkan masih adanya hambatan dalam kemudahan akses dan responsivitas layanan, yang dapat berdampak pada kepuasan serta loyalitas pengguna terhadap aplikasi Wondr By BNI.

Kedua faktor tersebut berkontribusi langsung terhadap terbentuknya *continuance intention*, yaitu niat untuk terus menggunakan aplikasi digital banking dalam jangka panjang. *Continuance intention*

merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan suatu layanan digital. Apabila pengguna merasa puas, nyaman, dan memiliki pengalaman positif selama menggunakan aplikasi, maka mereka akan cenderung mempertahankan penggunaannya. Studi yang dilakukan oleh Rahi & Abd Ghani (2021) menemukan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan konfirmasi harapan, yang pada gilirannya memiliki dampak signifikan terhadap niat untuk terus menggunakan layanan perbankan internet. Dengan demikian, kepuasan yang tercipta akan memperkuat continuance intention pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi. Meskipun demikian, kenyamanan dan keberlanjutan penggunaan aplikasi digital banking tidak selalu berjalan mulus. Zaujati (2025) mengungkapkan bahwa ada keluhan terkait kapasitas aplikasi Wondr By BNI yang membutuhkan ruang memori besar pada perangkat, sehingga pengguna dengan memori terbatas tidak dapat membuka aplikasi sama sekali. Hal ini menjadi tantangan serius, terutama dalam mempertahankan continuance intention, karena hambatan teknis seperti ini dapat mendorong pengguna untuk beralih ke layanan dari bank lain yang lebih ringan dan mudah diakses.

Namun demikian, baik kualitas layanan maupun kemudahan penggunaan tidak akan bermakna maksimal tanpa adanya trust atau kepercayaan dari pengguna. Trust menjadi faktor psikologis yang sangat penting dalam dunia digital, di mana interaksi antara pengguna dan layanan terjadi tanpa tatap muka dan melibatkan informasi sensitif seperti data pribadi dan transaksi keuangan. Kepercayaan terbentuk ketika pengguna merasa yakin bahwa aplikasi tersebut aman, dapat diandalkan, dan dijalankan oleh lembaga yang memiliki integritas. Dalam banyak kasus, kepercayaan juga berperan sebagai jembatan antara

pengalaman pengguna dengan niat untuk terus menggunakan aplikasi. Tanpa kepercayaan, pengguna mungkin tetap mencoba aplikasi, tetapi tidak memiliki komitmen untuk menggunakannya dalam jangka panjang (Dang, 2025). Meski demikian, masih ditemukan pengalaman pengguna yang meragukan aspek transparansi dan keandalan sistem. Nair (2025) menyatakan bahwa terdapat kasus di mana saldo dalam aplikasi Wondr By BNI sudah bertambah atau berkurang, tetapi riwayat transaksi debit maupun kredit tidak muncul. Selain itu, untuk mengunduh mutasi rekening bulan berjalan, pengguna harus menunggu hingga tanggal 10 pada bulan berikutnya. Kondisi ini dapat menimbulkan ketidakpastian dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap aplikasi Wondr By BNI.

Dengan mempertimbangkan pentingnya keempat variabel tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pengguna, dengan *trust* sebagai variabel intervening. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya literatur terkait perilaku pengguna terhadap aplikasi digital banking, serta memberikan gambaran praktis bagi penyedia layanan perbankan digital dalam memahami faktor-faktor yang mendorong niat untuk terus menggunakan aplikasi kembali, khususnya di kalangan generasi Gen Z. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam pengembangan strategi untuk meningkatkan keberlanjutan penggunaan aplikasi *digital banking* di era yang semakin terdigitalisasi.

kontribusi akademik dalam memperkaya literatur terkait perilaku pengguna terhadap aplikasi digital banking, serta memberikan gambaran praktis bagi penyedia layanan perbankan digital dalam memahami faktor-faktor yang mendorong niat untuk terus menggunakan aplikasi kembali, khususnya di kalangan generasi Gen Z. Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam pengembangan strategi untuk meningkatkan keberlanjutan penggunaan aplikasi *digital banking* di era yang semakin terdigitalisasi.

Nama Pengguna	Ulasan
Milawati Mila	Verifikasi wajahnya sangat sulit udah berkali" dilakuin tetap disuruh ulang terus, udah di tempat terang dll, masih tidak bisa, sedangkan di apk bank lainnya sangat mudah untuk verifikasi wajah. Tolong diperbaiki lagi aplikasinya
Adib Khoiruzzaman	Tolong untuk halaman pada pengisian nama nasabah maksimal hurufnya di tambahkan jangan cuma 15, tadi saya coba mau login sudah punya rekening, nama yang sesuai ama rekening tidak cukup ( melebihi jumlah huruf maksimal )
Zaujati	Ngeselin bgt. Ga kayak m banking bank lainnya. Aplikasi m banking ini hrs bnr2 btuh memori yg gede. Klo memori hp sikit sama skli ga bisa buka.
Nara Nair	Saldo sudah (berkurang/bertambah) tapi riwayat mutasi debit/kredit tidak tertera. Mau download mutasi bulan berjalan harus nunggu tgl 10 pd bulan berikutnya.. INI TIDAK LAYAK DAN TIDAK REKOMENDASI Untuk yg mau aman & mau tenang hindari bank2 HIMBARA seperti ini
Yusticia Rhema Toding	kenapa ya tiba² aplikasinya kendala?? Infonya, tim kami lagi perbaiki, yuk coba kembali.. udah aku unistall terus instal lagi tetep aja.. padahal kepunyaan temenku aman² aja.. udah 2 hari woiiii kek gini. gimana mau melakukan transaksii klo kek gini.
Tubagus Farhan Adnan	Aplikasinya bagus, tapi laporan keuangan masih kurang sekali. Untuk melihat detail harus menunggu E-Statement bulanan, padahal mau cek tiap transaksi uang yang ada di bank berapa

**Tabel 1.1 Ulasan Pengguna WONDR By BNI**

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*) pengguna *Mobile Banking* WONDR by BNI?
2. Apakah Presepsi Kegunaan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*) pengguna *Mobile Banking* WONDR by BNI?
3. Apakah Kepercayaan (*Trust*) pengguna *Mobile Banking* WONDR by BNI berpengaruh terhadap Niat Penggunaan Ulang (*Continuance Intention*)?
4. Apakah Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berpengaruh terhadap Niat Penggunaan Ulang (*Continuance Intention*) *Mobile Banking* WONDR by BNI?
5. Apakah Presepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap Niat Penggunaan Ulang (*Continuance Intention*) *Mobile Banking* WONDR by BNI?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Trust* pengguna *Mobile Banking* WONDR by BNI.
2. Menganalisis pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Trust* pengguna *Mobile Banking* WONDR by BNI
3. Menganalisis pengaruh *Trust* pengguna *Mobile Banking* WONDR by

BNI terhadap *Continuance Intention*.

4. Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Continuance Intention Mobile Banking WONDR* by BNI
5. Menganalisis pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap *Continuance Intention Mobile Banking WONDR* by BNI.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sejalan dengan tujuan yang telah dirumuskan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara *Service Quality*, *Perceived Ease of Use*, dan *Trust* terhadap *Continuance Intention* pengguna aplikasi Wondr by BNI. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu dalam bidang pemasaran digital serta perilaku konsumen di industri aplikasi keuangan digital.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji pengaruh faktor-faktor seperti kualitas layanan,

kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dalam konteks aplikasi digital, khususnya pada layanan perbankan digital.

#### **b. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, terutama dalam memahami dinamika antara kualitas layanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan berkelanjutan pada aplikasi digital.

