

Pengaruh Tingkat Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Pengguna Layanan Wondr By BNI: Studi Kasus pada Gen Z di Kota Malang

Cindy Permata Dewi¹, Ajeng Kartika Galuh²

^{1,2}Faculty of Economics and Business, Brawijaya University, Indonesia

cindydewi170403@gmail.com¹

ABSTRACT

This study analyzes the effect of the level of security, trust, and user experience on customer satisfaction of Wondr By BNI users Case Study on Gen Z in Malang City. Using a quantitative approach, data was collected from 100 respondents through questionnaires and analyzed using SEM-PLS analysis. This study aims to analyze the effect of the level of security, trust and user experience of the Wondr By BNI application service on BNI Bank customer satisfaction, especially Gen Z in Malang City. And the results of this study indicate that the variables Security (X1), Trust (X2), User Experience (X3) have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Mobile Banking, Customer Satisfaction, Security, Trust, User Experience

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh tingkat keamanan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna terhadap kepuasan nasabah pengguna Wondr By BNI Studi Kasus pada Gen Z di Kota Malang. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 100 responden melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna layanan aplikasi Wondr By BNI terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Khususnya Gen Z di Kota Malang. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan (X1), Kepercayaan (X2), Pengalaman Pengguna (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : Perbankan Seluler, Kepuasan Pelanggan, Keamanan, Kepercayaan, Pengalaman Pengguna.

PENDAHULUAN

Saat ini, dalam dunia perbankan eksistensi dari fasilitas perbankan yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara *mobile* telah ramai, hal tersebut terjadi bersamaan dengan tuntutan atas kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang kian lama mengalami kenaikan (Nurdin et al., 2020). Menurut Palupi Permata Rahmi et al., (2023) menjelaskan bahwa teknologi yang mengalami perkembangan saat ini berkembang dengan pesat sehingga perusahaan dan karyawan terkait harus selalu memperbarui pengetahuan mereka sesuai dengan berkembangnya zaman. Di sektor perbankan selalu ada kebutuhan untuk bertindak cepat, berkelanjutan, dan terus berinovasi sehingga dapat terus bersaing dengan para kompetitor. Salah satu inovasi tersebut yaitu pengembangan aplikasi perbankan online yang lebih canggih.

Dalam penelitian Harahap., (2020) menjelaskan bahwa seiring dengan kemajuan dunia perbankan, layanan M-Banking memberikan keuntungan yang sangat besar bagi nasabah, dikarenakan sangat memungkinkan akses dan transaksi

tanpa mengenal adanya batasan pada ruang dan waktu. Dalam memilih layanan perbankan, nasabah mempertimbangkan beberapa faktor utama, seperti kepercayaan terhadap profesionalisme bank, keamanan dana, efisiensi layanan, dan tingkat kepuasan yang diperoleh nasabah. Seperti yang diungkapkan May Shofiah et al. (2022) Dalam strategi pemasaran produk dan layanan nasabah merupakan tujuan utama, karena sebuah produk atau layanan dapat dinyatakan berhasil atau tidaknya tergantung pada kepuasan nasabah saat menggunakan jasa atau layanan tersebut. Untuk kemajuan perusahaan perlu mengutamakan kepuasan nasabah serta kualitas layanannya.

Berdasarkan Lu (2024) dalam penelitiannya beliau mengemukakan bahwa mobile banking telah menjadi layanan penting dalam sektor keuangan, karena konsumen sangat mengandalkan kenyamanan dan aksesibilitasnya. Kualitas dan fungsi layanan mobile banking berperan penting dalam mendorong individu untuk memberikan data pribadinya. Oleh karena itu, lembaga keuangan perlu memprioritaskan peningkatan manfaat mobile banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah, lembaga keuangan juga harus bisa menangani potensi risiko untuk mengurangi kekhawatiran dan mempertahankan kepercayaan. Hal ini dapat dilakukan melalui komunikasi yang jelas, langkah-langkah keamanan yang kuat, dan mekanisme perlindungan privasi.

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan satu dari sekian banyak perbankan yang pemerintah miliki dan yang terbesar di Indonesia. Pada tahun 1946, Bank Negara Indonesia (BNI) mulanya dibangun di Indonesia sebagai bank sentral dan pada tahun 1968 Bank Negara Indonesia resmi menjadi Badan Usaha Milik Negara. Bank Negara Indonesia (BNI) senantiasa memberikan layanan yang mudah serta respon yang cepat dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang ditunjang dengan layanan perbankan yang semakin canggih. Bank Negara Indonesia (BNI) mempunyai visi untuk menjadi lembaga keuangan yang paling unggul khususnya dari segi layanan dan juga kinerja secara berkelanjutan. Bank BNI juga terus berinovasi mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan zaman sehingga mampu memenuhi kebutuhan para nasabah, salah satu bentuk inovasi layanan dari Bank Negara Indonesia (BNI) adalah mobile banking yang bernama Wondr By BNI.

Dikutip dari artikel berita BNI, (2024) Pada tanggal 5 Juli 2024 Bank Negara Indonesia (BNI) meluncurkan aplikasi mobile banking terbarunya yang bernama Wondr By BNI sebagai inovasi baru bagi para nasabahnya untuk memberikan mobile banking yang lebih lengkap dan personal. Bank Negara Indonesia (BNI) telah menyelidiki ekspektasi dan kebutuhan nasabah dengan mendalam, mengimplementasikan teknologi canggih, serta melakukan validasi langsung pada target segmen nasabah secara menyeluruh. Pada saat ini, Wondr By BNI menduduki peringkat ke 8 aplikasi terpopuler di kategori keuangan sedangkan App Store menduduki peringkat ke 5. Pengguna android di PlayStore memberikan rating 4,5 dengan total 14 ribu ulasan, sementara pengguna iOS di App Store juga memberikan rating 4,8 dengan 6,6 ribu ulasan. Meskipun aplikasi Wondr By BNI telah mengalami pertumbuhan pesat pada jumlah pengguna dan transaksi, masih terdapat banyak keluhan dari nasabah. Beberapa nasabah melaporkan kehilangan saldo, kesulitan

dalam melakukan transaksi, serta kurangnya respon dari pihak bank terhadap keluhan yang disampaikan. Selain itu, meskipun terdapat penambahan beberapa fitur terbaru yang ditujukan guna meningkatkan pengalaman dari pengguna, masih ada keraguan di kalangan nasabah mengenai keamanan data dan kepercayaan terhadap sistem Wondr By BNI. Fenomena tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pengguna dengan pengalaman yang diperoleh dalam penggunaan layanan aplikasi Wondr by BNI. Kondisi ini memperkuat relevansi pemilihan Wondr by BNI sebagai objek penelitian, karena memungkinkan untuk dianalisis secara mendalam dari perspektif kepuasan nasabah, terutama di tengah tren transformasi layanan perbankan digital yang semakin berdaya saing.

Menurut penelitian Nurdin et al., (2020) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)”, hasilnya tingkat keamanan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan tingkat kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan menurut penelitian Amalia & Hastriana, (2022) yang berjudul “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)” dan penelitian Marginingsih, (2020) yang berjudul “Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)” hasilnya tingkat keamanan memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, hal ini menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor yang penting, dengan sistem keamanan yang kuat dan selalu diperbarui, sehingga nasabah merasa tenang perihal perlindungan data mereka dalam mobile banking. Keamanan juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membangun kepercayaan nasabah dengan sikap yang ramah dan pengetahuan yang dimiliki oleh staf dalam memberikan pelayanan, serta memastikan bahwa transaksi nasabah terlindungi dengan baik. Selain itu, menurut penelitian Rafli & Yunanto, (2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri”, hasilnya tingkat pengalaman nasabah juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking. Meskipun sudah ada beberapa penelitian yang menganalisis faktor-faktor yang memberikan pengaruh kepada kepuasan nasabah mobile banking, namun masih ada kesenjangan pada hasil penelitian sebelumnya dan masih belum ada yang menggabungkan antara variabel tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna Wondr By BNI terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap pengaruh tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna layanan aplikasi Wondr By BNI terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di Kota Malang dan menyampaikan rekomendasi kepada Bank BNI guna meningkatkan kualitas layanan mobile banking agar lebih optimal dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

Dalam artikel Bidang Komunikasi dan Informasi Publik, (2022) Kota Malang merupakan kota dengan tingkat literasi keuangan tertinggi di Indonesia, data ini didapatkan dari survei nasional literasi inklusi keuangan yang dilaksanakan oleh

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022. Tingkat literasi keuangan di Kota Malang mencapai 69,43% berbeda jauh lebih tinggi dibanding rata rata nasional yaitu 49,68%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Malang saat ini semakin mengerti mengenai informasi perkembangan dunia keuangan. Selain itu, inklusi keuangan di Kota Malang mencapai 86,53% lebih tinggi daripada rata rata nasional yaitu 85,10% yang berarti akses masyarakat Kota Malang pada berbagai bermacam layanan keuangan berkualitas semakin tinggi. Kondisi literasi keuangan dan inklusi keuangan yang baik dapat meningkatkan adopsi teknologi perbankan yang relevan untuk menganalisis kepuasan nasabah di Kota Malang.

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Malang , (2023) Generasi Z mencakup sekitar 205,56 juta jiwa dari total populasi sebanyak 889,36 juta jiwa, atau sekitar 23,1% dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia. Jumlah ini menunjukkan bahwa Gen Z merupakan salah satu kelompok demografi terbesar di Kota Malang. Dengan populasi yang dominan dan tingkat adopsi teknologi yang tinggi, Generasi Z memiliki peran strategis dalam mendorong pemanfaatan layanan digital, termasuk teknologi keuangan dan perbankan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku, preferensi, serta kepuasan Gen Z dalam menggunakan layanan mobile banking sangat penting sebagai dasar dalam pengembangan layanan finansial berbasis teknologi. Dengan dasar permasalahan tersebut, maka penulis akan meneliti lebih lanjut tingkat keamanan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna. Untuk implementasinya penulis akan melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman Pengguna Layanan Wondr By BNI Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Malang)”**.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Priadana & Sunarsi, (2021) merupakan metode kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang menggunakan dasar filsafat positivisme. Pendekatan ini dirancang untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu dengan teknik di mana sampel diambil secara acak. Dalam proses pengumpulan data, instrumen penelitian yang telah melalui proses standarisasi digunakan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis secara statistik atau kuantitatif yang ditujukan agar peneliti dapat melakukan uji pada hipotesis yang sudah peneliti rumuskan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh tingkat keamanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat keamanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hasil ini diperkuat oleh nilai indeks indikator keamanan yang menunjukkan respons mayoritas dalam kategori tinggi, mengindikasikan bahwa pengguna, khususnya dari kalangan Generasi Z, memiliki persepsi positif terhadap aspek keamanan yang ditawarkan oleh aplikasi. Dalam konteks layanan digital banking,

persepsi terhadap keamanan sangat penting karena berkaitan langsung dengan perlindungan data pribadi, privasi transaksi, serta keandalan sistem dalam menjalankan proses keuangan secara online.

Temuan ini sejalan dengan hasil studi terdahulu seperti yang disampaikan oleh Deliyana et al., (2022); Kamarudin et al., (2022); Khotijah et al., (2022); Lubis & Lukman, (2023); Marginingsih, (2020); Shafira et al., (2023) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan digital. Keamanan yang baik menciptakan rasa percaya dan mengurangi kecemasan pengguna saat bertransaksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap pengalaman dan kepuasan secara keseluruhan. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan temuan Nurdin et al., (2020) yang menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks demografis responden karena dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia 16–25 tahun, yaitu kelompok Generasi Z yang dikenal sebagai digital native. Generasi ini tumbuh dalam era teknologi dan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap keamanan digital dibandingkan generasi sebelumnya. Bagi mereka, keamanan bukan hanya kebutuhan fungsional, tetapi juga prasyarat utama dalam memilih dan menggunakan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, persepsi terhadap keamanan memiliki peran yang lebih besar dalam membentuk kepuasan mereka.

Secara praktis, hasil ini memberikan implikasi strategis bagi BNI, khususnya dalam mengembangkan dan memasarkan aplikasi Wondr. Upaya peningkatan keamanan tidak hanya perlu difokuskan pada aspek teknis seperti enkripsi data dan autentikasi ganda, tetapi juga pada komunikasi aktif kepada nasabah mengenai fitur keamanan yang tersedia. Hal ini penting untuk membentuk persepsi positif, terutama bagi Generasi Z yang sensitif terhadap isu keamanan digital. BNI juga perlu mengembangkan fitur transparansi keamanan, seperti notifikasi aktivitas mencurigakan dan kontrol privasi pengguna, agar nasabah merasa memiliki kendali penuh atas aktivitas finansial mereka. Pendekatan ini tidak hanya mempertahankan kepuasan, tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna jangka panjang di segmen generasi muda.

Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Seluruh indikator dalam variabel ini menunjukkan nilai indeks yang tinggi, yang menandakan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap aspek kepercayaan terhadap aplikasi. Hal ini mencerminkan persepsi bahwa sistem layanan Wondr dianggap dapat diandalkan, memiliki integritas, serta mampu memenuhi ekspektasi pengguna dalam melakukan aktivitas perbankan digital. Besarnya pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam penelitian ini dapat dijelaskan dari dua sisi. Pertama, secara teoritis, kepercayaan merupakan fondasi utama dalam hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia

layanan, terutama dalam konteks layanan berbasis teknologi yang tidak melibatkan kontak fisik secara langsung. Kedua, secara empiris, karakteristik responden yang didominasi oleh Generasi Z turut memengaruhi besarnya pengaruh ini. Generasi Z, sebagai digital native, sangat selektif dalam memilih platform digital yang mereka gunakan. Mereka tidak hanya mengharapkan fitur yang fungsional, tetapi juga sistem yang konsisten, transparan, dan mampu menjaga privasi. Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor penentu utama dalam membentuk loyalitas dan kepuasan mereka.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu seperti yang dikemukakan oleh Deliyana et al., (2022), yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam layanan mobile banking. Selain itu, kepercayaan dibangun melalui konsistensi kualitas layanan, keakuratan proses transaksi, dan komitmen bank dalam melindungi data nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa sistem dapat diandalkan dan tidak menimbulkan risiko, maka persepsi puas terhadap layanan akan meningkat.

Hasil penelitian ini memberikan arahan yang penting bagi BNI dalam pengembangan aplikasi Wondr, terutama untuk mempertahankan dan meningkatkan persepsi kepercayaan pengguna muda. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain menyediakan komunikasi yang transparan mengenai prosedur keamanan dan perlindungan data, memastikan respon cepat dan akurat terhadap keluhan nasabah melalui live chat atau fitur bantuan digital dan menjaga konsistensi performa aplikasi, agar tidak terjadi error atau gangguan teknis yang dapat merusak kepercayaan pengguna. Pendekatan yang menempatkan kepercayaan sebagai strategi untuk memperkuat retensi nasabah Gen Z sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas jangka panjang terhadap layanan digital BNI.

Pengaruh tingkat pengalaman pengguna terhadap kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengalaman pengguna (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI. Hal ini ditunjukkan oleh nilai indeks indikator pengalaman pengguna yang tergolong tinggi, menandakan bahwa sebagian besar responden merasa bahwa aplikasi memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, mudah dipahami, dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin positif pengalaman yang dialami nasabah saat menggunakan aplikasi Wondr, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Besarnya pengaruh variabel ini dapat dijelaskan melalui karakteristik utama Generasi Z, yang merupakan mayoritas responden dalam penelitian ini. Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang serba digital dan memiliki standar yang tinggi terhadap kenyamanan, kecepatan, dan kualitas interaksi digital. Bagi Generasi Z, pengalaman pengguna (user experience) tidak hanya mencakup fungsi teknis, tetapi juga mencakup desain antarmuka, kelancaran navigasi, personalisasi fitur, serta kecepatan respon sistem. Oleh karena itu, kualitas pengalaman pengguna menjadi aspek yang sangat penting dalam membentuk persepsi kepuasan mereka. Temuan ini

searah dengan studi terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rafli & Yunanto, (2024), yang menunjukkan bahwa pengalaman pengguna secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks layanan digital banking. Selain itu, Rahi et al., (2020) menekankan bahwa pengalaman positif dalam menggunakan sistem internet banking mendorong intensi perilaku untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut.

Pengaruh secara bersama tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H1, H2, dan H3, ketiga variabel independen dalam penelitian ini, yakni tingkat keamanan (X1), kepercayaan (X2), dan pengalaman pengguna (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian, secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang menguatkan penerimaan hipotesis keempat (H4). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap aspek keamanan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna dalam aplikasi Wondr by BNI, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan tersebut. Besarnya kontribusi ketiga variabel secara simultan juga didukung oleh nilai R-Square Adjusted sebesar 0,712, yang berarti 71,2% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh model ini, sedangkan sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki daya prediktif yang kuat, namun masih terdapat ruang untuk pengembangan aspek lain, seperti kualitas layanan pelanggan, integrasi fitur antargenerasi, serta pendekatan personalisasi layanan digital.

Faktor bias usia responden dalam penelitian ini, yang sebagian besar berusia 16–25 tahun (Generasi Z) dan berstatus pelajar atau mahasiswa, memberikan penjelasan penting terhadap hasil signifikan ini. Sebagai digital native, Gen Z sangat bergantung pada teknologi untuk aktivitas harian, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Mereka menilai kualitas layanan bukan hanya dari keberfungsian aplikasi, tetapi juga dari desain antarmuka yang intuitif, keamanan data, dan kemudahan akses. Dominasi Gen Z dalam sampel juga menjelaskan frekuensi penggunaan aplikasi yang tinggi, di mana mayoritas responden menggunakan Wondr setiap hari, menandakan bahwa aplikasi telah menyatu dengan pola konsumsi digital mereka.

Dalam teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh dua aspek utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna adalah *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Ketiga variabel dalam penelitian ini, yaitu tingkat keamanan (X1), kepercayaan (X2), dan pengalaman pengguna (X3), dapat diinterpretasikan sebagai faktor-faktor yang membentuk kedua konstruk tersebut secara tidak langsung, dan pada akhirnya berdampak terhadap kepuasan nasabah (Y).

Tingkat keamanan dan kepercayaan memiliki keterkaitan yang kuat dengan *perceived usefulness*. Ketika pengguna menilai bahwa aplikasi digital banking Wondr by BNI aman dari ancaman keamanan dan dapat dipercaya dalam menjaga

kerahasiaan data pribadi, maka mereka akan memandang aplikasi tersebut sebagai alat yang berguna untuk menunjang aktivitas finansial mereka secara efisien dan tanpa kekhawatiran. Kepercayaan menjadi landasan penting dalam membentuk persepsi bahwa teknologi tidak hanya fungsional, tetapi juga layak digunakan dalam jangka panjang. Selain itu, pengalaman pengguna sangat erat kaitannya dengan *perceived ease of use*. Kecepatan akses, dan kemudahan dalam menavigasi fitur-fitur aplikasi merupakan faktor yang membuat pengguna merasa nyaman dan tidak terbebani saat menggunakan teknologi. Dalam hal ini, pengalaman yang baik akan meningkatkan persepsi kemudahan, yang selanjutnya mendorong pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh signifikan dari ketiga variabel terhadap kepuasan nasabah juga menguatkan relevansi TAM dalam adopsi layanan digital perbankan. Kepuasan nasabah dapat dilihat sebagai outcome dari proses adopsi teknologi, yang dimediasi oleh persepsi pengguna atas kegunaan dan kemudahan sistem. Dengan demikian, integrasi antara variabel-variabel perilaku pengguna (keamanan, kepercayaan, dan pengalaman) dengan kerangka teoritis TAM memberikan landasan yang kuat dalam menjelaskan bagaimana teknologi perbankan digital diterima dan dinilai oleh penggunanya.

Implikasi hasil penelitian

Secara teoritis hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan model Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), khususnya dalam konteks adopsi teknologi perbankan digital oleh Generasi Z. Dalam TAM, dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna adalah Perceived Usefulness (PU), yaitu sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, dan Perceived Ease of Use (PEOU), yaitu persepsi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan tanpa upaya besar. Temuan penelitian ini bahwa keamanan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut menjadi dimensi penting yang memperkuat persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi *Wondr by BNI*. Dari sudut pandang TAM, keamanan yang dirasakan pengguna meningkatkan persepsi bahwa aplikasi ini layak digunakan (*usefulness*) karena menjamin kelancaran dan perlindungan dalam transaksi digital. Kepercayaan mendorong keyakinan terhadap keandalan sistem, sementara pengalaman pengguna yang baik mencerminkan bahwa aplikasi mudah digunakan (*ease of use*) dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperluas pemahaman teoritis bahwa kepuasan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh niat untuk menggunakan teknologi, tetapi juga oleh pengalaman sesungguhnya yang membentuk persepsi mereka terhadap nilai dan kegunaan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi *Wondr by BNI* telah mampu menjawab ekspektasi mayoritas pengguna dari kalangan Generasi Z, yakni kelompok usia yang sangat adaptif terhadap teknologi dan memiliki preferensi

tinggi terhadap kemudahan, kecepatan serta keamanan dalam bertransaksi. Generasi ini merupakan digital native yang sangat mengandalkan teknologi dalam aktivitas keuangan, sehingga persepsi terhadap kemudahan dan kegunaan menjadi krusial dalam membentuk kepuasan dan loyalitas.

KESIMPULAN

Dengan dasar hasil penelitian yang dilakukan diperoleh simpulan bahwa tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna memiliki peran penting dalam memenuhi kepuasan nasabah pengguna layanan Wondr By BNI di Kota Malang. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan, kepercayaan dan pengalaman pengguna maka tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan aplikasi Wondr By BNI juga akan meningkat. Hasil penelitian membuktikan bahwa Bank BNI telah berhasil memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah pengguna layanan Wondr By BNI di Kota Malang terutama bagi generasi muda karena dalam penelitian ini yang mendominasi pengguna aplikasi tersebut yaitu generasi muda. Selain itu, frekuensi penggunaan aplikasi yang tinggi menunjukkan bahwa Wondr By BNI telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi keuangan sehari-hari bagi sebagian responden.

SARAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup wilayah yang hanya mencakup Kota Malang, serta karakteristik responden yang didominasi oleh kalangan muda, khususnya Generasi Z. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya mewakili populasi pengguna aplikasi Wondr by BNI secara umum. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas wilayah cakupan ke wilayah lain yang memiliki keragaman populasi yang lebih luas, demi meningkatkan kemampuan hasil penelitian untuk berlaku secara umum. Selain itu, penggunaan pendekatan metodologi yang lebih komprehensif, seperti metode kualitatif atau metode campuran (*mixed methods*), dapat digunakan untuk menggali secara lebih mendalam persepsi dan pengalaman pengguna yang tidak dapat diungkap secara kuantitatif. Penelitian mendatang juga dianjurkan untuk menambahkan variable lain, seperti *perceived ease of use*, kualitas fitur, atau loyalitas pengguna, guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dalam layanan digital perbankan.

Bagi pihak Bank BNI, hasil temuan ini memberikan arah kebijakan yang penting dalam pengembangan berkelanjutan aplikasi *Wondr by BNI*. Penguatan pada aspek keamanan perlu disertai dengan komunikasi yang proaktif dan edukatif mengenai fitur-fitur proteksi data, agar pengguna terutama Gen Z memahami dan merasa yakin terhadap sistem keamanan aplikasi. Dari sisi kepercayaan, BNI disarankan untuk menjaga konsistensi kinerja sistem, meningkatkan keandalan layanan pelanggan digital, serta memberikan transparansi terhadap kebijakan data dan transaksi. Dalam hal pengalaman pengguna, pengembangan antarmuka (*user interface*), personalisasi layanan, serta respons sistem yang cepat perlu menjadi prioritas utama untuk menjawab ekspektasi pengguna muda yang sangat kritis

terhadap kualitas digital. Evaluasi berkala berbasis umpan balik pengguna dan pemanfaatan analisis perilaku aplikasi juga menjadi langkah penting untuk menyesuaikan inovasi dengan kebutuhan pengguna yang terus berkembang. Melalui pendekatan yang adaptif, terfokus pada pengguna, dan berbasis data, BNI dapat memperkuat daya saing digital dan meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). In *Islamic Sciences, Sumenep* (Vol. 1).
- Andrianto, I. K., Sudarwanto, T., & Haryanti, P. (2022). Pengaruh Performance, Reliability, And Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking BRI Syariah Kc Jombang. *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 3(2), 91–99.
- Ashlihah. (2018). PENGARUH TINGKAT PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BPRS LANTABUR JOMBANG. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirusahaan, Bisnis, Dan Manajemen)*, 02. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v2i1.950>
- Bidang Komunikasi dan Informasi Publik. (2022, December 9). *Literasi Keuangan Tertinggi se-Indonesia, Kota Malang Makin Maju*. Pemerintah Kota Malang.
- BNI. (2024, July 5). BNI Luncurkan wondr by BNI, Dukung Masyarakat Indonesia Wujudkan Impian Finansial. *Bank BNI*. <https://www.bni.co.id/id-id/beranda/kabar-bni/berita/articleid/23546>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Accep Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari Dewi. (2022). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2, 1–16.
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*. <http://penerbitzaini.com>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *PARTIAL LEAST SQUARES KONSEP, TEKNIK DAN APLIKASI MENGGUNAKAN PROGRAM SMART PLS 3.0* (Dedi, Ed.; 2nd ed., pp. 1–290). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang .
- Harahap, Z. (2020). *ISLAMIC BANKING: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah, Volume 6 Nomor 1 Edisi Agustus 2020 | 101 PENGARUH PELAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PRABUMULIH*. <https://doi.org/10.36908/isbank>
- Kamarudin, J., Novianti, M., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju, F. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko

- Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 2656–6265. <https://www.pinhome.id/blog/bank-terbesar-di-indonesia/>
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 3.
- Kumalasanti, M., Susliyanti, D., Manajemen, P., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bisnis, S., & Yogyakarta, I. (2022). PENGARUH PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PERBANKAN DI YOGYAKARTA. *JURNAL MANEKSI*, 11(2).
- Lu, C. H. (2024). The moderating role of e-lifestyle on disclosure intention in mobile banking: A privacy calculus perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101374>
- Lubis, D. Y., & Lukman, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *JEKSYa: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 02.
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter24>
- May Shofiah, S., Ardly Kaisar Fakhri, M., & Piksi Ganesha, P. (2022). PENGARUH KUALITAS MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BJB (STUDI PADA PENGGUNA BJB DIGI DI KOTA BANDUNG). 6(2), 2022.
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., Jalil, A., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., & Palu, I. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1). <https://doi.org/10.24239/jsi.v1>
- Palupi Permata Rahmi, Nur Aryanti, A., & Abdul Aziz, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710–722. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Pritjahjono, P., Jahroh, S., & Saptono, I. T. (2023). The Effect of Customer Loyalty in Digital Banking Services: Role Satisfaction Factor, Customer Experience and EWOM. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.129>
- Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri. *Syntax Literate*. 9(9). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i5>
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Ngah, A. H. (2020). Factors propelling the adoption of internet banking: The role of e-customer service, website design, brand image and

customer satisfaction. *International Journal of Business Information Systems*, 33(4), 549–569. <https://doi.org/10.1504/IJBIS.2020.105870>

Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & Septian Yudha Kusuma. (2023). PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BRIMO DI KOTA SEMARANG. *JURNAL ILMIAH RESEARCH AND DEVELOPMENT STUDENT*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Sutopo, Ed.; 1st ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; Cetakan Ke-2). ALFABETA.

Yulindawati; Tarigan, I. R. R. F. M. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BIAYA ADMINISTRASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN FAEDAH PADA BRI SYARIAH CABANG BANDA ACEH. *JIMEBIS*, 3.