

**EVOLUSI BANK KONVENSIONAL
DALAM PERSPEKTIF TEORI PUSH PULL MOORING**

Arfir Pradila

arfir.pradila@gmail.com

Teofilus

teofilus@ciputra.ac.id

Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to identify differences in customer perceptions of push and pull factors in switching from conventional banking services to digital banking at Bank Mandiri Tanjung Perak Branch in Surabaya. The focus of the research is on customers with transaction experience of less than 5 years and more than 5 years. The research methodology involves questionnaires for quantitative data collection and documentation to support the data. Analysis is conducted using the Push Pull Mooring (PPM) theory to evaluate the influence of Service Quality, Perceived Ease of Use, and Lifestyle on customers' Switching Intention. The findings indicate that for customers with less than 5 years of transaction experience, service quality and ease of use of digital services influence their intention to switch. For customers with more than 5 years of experience, service quality and ease of use have different impacts on switching intention. The t-test results show that switching intention is not significantly influenced by the duration of use (P value 0.93), but lifestyle significantly affects preference for digital services (P value 0.003). Perceived ease of use does not show a significant difference between the two groups (P value 0.716), while service quality shows a significant difference (P value 0.014).

Keywords: *Digital banking, bank transformation, Push Pull Mooring (PPM) Theory, service quality*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi perbedaan persepsi nasabah terhadap faktor-faktor pendorong dan penarik dalam beralih dari layanan bank konvensional ke bank digital di Bank Mandiri Cabang Surabaya Tanjung Perak. Fokus penelitian adalah pada nasabah dengan pengalaman transaksi kurang dari 5 tahun dan lebih dari 5 tahun. Metode penelitian melibatkan kuesioner untuk pengumpulan data kuantitatif dan dokumentasi untuk mendukung data tersebut. Analisis dilakukan menggunakan teori Push Pull Mooring (PPM) untuk mengevaluasi pengaruh Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Lifestyle terhadap niat beralih (Switching Intention) nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi nasabah dengan pengalaman transaksi kurang dari 5 tahun, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan layanan digital mempengaruhi niat mereka untuk beralih. Sedangkan bagi nasabah dengan pengalaman lebih dari 5 tahun, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan layanan digital memiliki pengaruh yang berbeda terhadap niat beralih. Uji t-test menunjukkan bahwa niat beralih tidak signifikan dipengaruhi oleh durasi penggunaan (P value 0,93), namun gaya hidup signifikan mempengaruhi preferensi terhadap layanan digital (P value 0,003). Perceived ease of use tidak menunjukkan perbedaan signifikan antara kedua kelompok (P value 0,716), sedangkan service quality menunjukkan perbedaan signifikan (P value 0,014).

Kata Kunci: digital banking, transformasi bank, teori push pull mooring (PPM), kualitas layanan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi era 4.0 telah mempercepat digitalisasi berbagai aktivitas manusia, termasuk perbankan. Penggunaan internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun, dengan kaum milenial menjadi pengguna terbesar. Pergeseran ini mencerminkan kebutuhan nasabah yang semakin beragam, menuntut kecepatan, kemudahan, dan fleksibilitas dalam layanan perbankan. Akibatnya, banyak bank, termasuk Bank Mandiri, harus bertransformasi menuju layanan digital (Rahmawati et al., 2021).

Menurut Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital merupakan pengembangan layanan elektronik yang mengoptimalkan penggunaan data nasabah untuk mempercepat layanan, menambah kemudahan, dan disesuaikan dengan pengalaman nasabah. Hal ini mencakup layanan perbankan yang dilakukan secara mandiri melalui fasilitas elektronik digital yang disediakan oleh bank atau media digital milik nasabah (Mutiara et al., 2019).

Integrasi teknologi digital dengan keterlibatan nasabah memerlukan inovasi dalam industri perbankan. Teknologi baru harus lebih mudah dan nyaman bagi nasabah untuk mengakses layanan perbankan (Chanias et al., 2019). Banyak bank telah mulai mengembangkan kemampuan perbankan digital mereka dengan menyediakan aplikasi untuk transaksi dan konsep kantor cabang yang telah bertransformasi menjadi digital. Contohnya, pembukaan rekening kini dapat dilakukan secara online tanpa perlu mengunjungi kantor cabang terdekat. Transformasi ini juga meliputi layanan penasihat keuangan, informasi investasi, transaksi e-commerce, dan kebutuhan nasabah lainnya melalui perbankan digital (Chaimaa et al., 2021; Shen & Hou, 2021).

Menurut data dari databoks.katadata.co.id, pada tahun 2021, nasabah bank digital di Indonesia

diprediksi mencapai 47,72 juta orang, setara dengan 25% orang dewasa di Indonesia. Jumlah ini diproyeksikan akan terus meningkat, mencapai 74,79 juta orang atau 39% orang dewasa pada tahun 2026. Fenomena ini menunjukkan pergeseran perilaku nasabah yang semakin sering bertransaksi di platform digital dibandingkan dengan cara konvensional (Agarwal & Dhingra, 2023).

Bank Mandiri menjadi bank BUMN pertama yang beralih ke bank digital dan menerapkan sistem digital. Namun, pandemi COVID-19 telah mempercepat penutupan beberapa kantor cabang karena nasabah lebih memilih transaksi digital yang dianggap lebih aman dan mudah. Menurut Vyas dan Raitani (2014), perubahan perilaku ini dipicu oleh faktor paksaan dan regulasi pemerintah yang mengatur aktivitas perbankan.

Untuk mengevaluasi pergeseran dari sistem bank konvensional ke digital, teori Push Pull Mooring (PPM) digunakan. Teori ini mengukur dan menganalisa perilaku peralihan layanan berdasarkan faktor pendorong, penarik, dan penambat (Fahmi, 2018). Faktor pendorong meliputi kualitas layanan, faktor penarik mencakup kemudahan penggunaan, dan faktor penambat adalah gaya hidup nasabah.

Penelitian tentang evolusi bank konvensional masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan persepsi faktor-faktor pendorong dan penarik nasabah dalam beralih dari layanan konvensional ke digital, dengan fokus pada nasabah yang telah bertransaksi lebih dari 5 tahun dan kurang dari 5 tahun. Penelitian dilakukan di Mandiri Cabang Surabaya Tanjung Perak, yang dipilih karena adanya beberapa keluhan terkait layanan dan tingkat kepuasan pelanggan.

Dengan menganalisis variabel Push, Pull, dan Mooring Factors, penelitian ini berusaha memahami perbedaan persepsi dalam keputusan nasabah untuk

beralih ke layanan bank digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi berharga bagi Bank Mandiri dalam merancang strategi untuk meningkatkan adopsi layanan digital.

TINJAUAN TEORETIS

E-Service Quality: Tingkat efisiensi dan efektifitas sebuah website dalam memfasilitasi transaksi dan proses penyerahan produk serta jasa (Parasuraman et al., 2005). Indikator: fasilitas digital banking, desain, keamanan, kemudahan informasi.

Perceived Ease of Use: Kemudahan penggunaan sistem (Arta & Azizah, 2020). Indikator: kemudahan pembelajaran, kemudahan penggunaan, kemudahan pengoperasian.

Life Style: Gambaran bagaimana seseorang hidup, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktu (Sumarwan, 2012). Indikator: tipe pelaku atau nasabah dalam transaksi.

Switching Intention: Perilaku nasabah untuk beralih ke digital banking (Ajzen, 1991). Indikator: harapan berpindah, keinginan berpindah, komitmen berpindah, rencana berpindah.

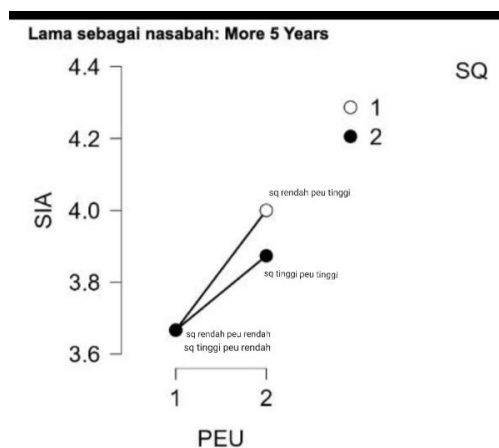
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif untuk menguraikan hubungan sebab-akibat antara variabel tarik, dorong, efek penahan, dan niat beralih ke digital banking.

Penelitian dilakukan di SmartBranch Mandiri Tanjung Perak, Surabaya, dari Januari hingga Juni 2024. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi di SmartBranch Mandiri Tanjung Perak, termasuk nasabah yang telah menggunakan layanan sebelum peralihan dari Mandiri konvensional ke Mandiri Digital. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria: (1) responden berusia minimal 19 tahun, (2) tinggal di Surabaya atau wilayah sekitar SmartBranch Mandiri Tanjung Perak. Jumlah sampel yang digunakan adalah 230 orang, berdasarkan jumlah indikator penelitian (23 indikator) dikalikan dengan faktor 10 (Ferdinand, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Service Quality dan Perceived Ease Of Use Terhadap Switching Intention Untuk Nasabah Lebih Dari Lima Tahun



Gambar 1 Nasabah lebih dari 5 Tahun
Sumber: Data diolah, 2024

Dari grafik di atas, untuk angka 1 menunjukkan nilai low dan angka 2 menunjukkan nilai high. SQ (Service

Quality), PEU (Perceived Ease of Use), SIA (Switching Intention). Dari gambar grafik di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai responden SQ rendah PEU rendah SIA rendah (nasabah tidak ingin berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ rendah menunjukkan nasabah merasa kualitas layanan di bank mandiri cabang Surabaya tanjung Perak yang mereka terima tidak sesuai dengan keinginan nasabah yang inginkan.

PEU rendah menunjukkan bahwa nasabah merasa layanan digital di bank mandiri cabang Surabaya tanjung Perak yang mereka gunakan tidak mudah digunakan atau dioperasikan. Mereka menghadapi kesulitan dalam memahami cara menggunakan produk atau layanan tersebut.

SIA rendah menggambarkan bahwa meskipun ada ketidakpuasan dengan kualitas layanan dan persepsi kesulitan dalam penggunaan, nasabah cenderung tidak berniat untuk beralih atau mengganti layanan dengan layanan digital bahkan mungkin memilih untuk tetap menggunakan layanan konvensional saat ini meskipun ada kekurangan.

Dari hasil diatas, menunjukkan bahwa meskipun ada masalah dengan kualitas layanan dan persepsi penggunaan yang sulit, nasabah cenderung tetap menggunakan layanan konvensional yang mereka gunakan saat ini, dengan alasan-alasan seperti kebiasaan (*life style*) atau keterbatasan dalam menerima hal baru yang memadai, factor umur (>45) yang membuat nasabah susah untuk beralih ke digital.

2. Nilai responden SQ rendah PEU tinggi SIA tinggi (nasabah akan berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ rendah nasabah merasa kualitas layanan yang mereka terima dari layanan di mandiri cabang Surabaya Tanjung Perak rendah atau dapat diartikan layanan tersebut tidak memenuhi harapan atau

standar yang diharapkan oleh nasabah.

PEU tinggi yang dimana nilai kualitas layanan rendah, nasabah merasa bahwa system digital yang di miliki bank mandiri mudah digunakan atau dioperasikan. Nasabah merasa bahwa ada masalah dengan kualitas layanan dicabang mandiri Surabaya Tanjung Perak namun nasabah tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan atau berinteraksi dengan layanan digitalnya.

SIA tinggi menggambarkan bahwa ada ketidakpuasan dengan kualitas layanan dimana layanan digital mudah digunakan membuat nasabah cenderung memiliki niat yang tinggi untuk beralih atau mengganti dari layanan konvensional menjadi digital. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan dengan kualitas layanan menjadi faktor yang dominan dalam keputusan mereka untuk mencari alternatif yang lebih baik.

Dari hasil diatas menggambarkan bahwa nasabah merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diterima, meskipun mereka menganggap layanan digital mudah digunakan, membuat nasabah memiliki niat yang kuat untuk mencari alternatif yang lebih memuaskan atau sesuai dengan harapan mereka. Disini factor umur (17 - 25) yang merasakannya.

3. Nilai responden SQ tinggi PEU rendah SIA rendah (nasabah akan berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ tinggi nasabah merasa bahwa kualitas layanan yang mereka terima dari layanan di mandiri Surabaya Tanjung Perak sangat baik dibuktikan bahwa layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan atau standar yang diharapkan oleh nasabah.

PEU rendah diartikan bahwa meskipun kualitas layanan tinggi, nasabah merasa layanan digital yang ditawarkan sulit digunakan atau dioperasikan. Nasabah mungkin menghadapi kendala atau kesulitan dalam memahami cara menggunakan produk atau layanan tersebut.

SI rendah menunjukkan adanya masalah dengan persepsi kesulitan penggunaan, dan walaupun kualitas layanan dinilai tinggi, nasabah cenderung memiliki niat yang rendah untuk beralih atau mengganti layanan konvensional ke layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kendala dalam penggunaan, nasabah puas dengan kualitas layanan yang diterima dan mungkin memilih untuk tetap menggunakan layanan konvensional.

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan kualitas layanan yang tinggi meskipun mengalami kesulitan dalam menggunakan layanan digital karena kepuasan dengan kualitas layanan yang tinggi ini, nasabah memiliki kecenderungan rendah untuk mencari alternatif yang lain. Disini factor umur (35-44) yang banyak memilih.

4. Nilai responden SQ tinggi PEU tinggi SIA tinggi (nasabah berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ tinggi nasabah merasa bahwa kualitas layanan yang mereka terima dari layanan mandiri cabang Surabaya Tanjung Perak sangat baik. Ini menunjukkan bahwa layanan tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan atau standar yang diharapkan oleh nasabah.

PEU tinggi nasabah merasa bahwa layanan digital mandiri mudah digunakan atau dioperasikan. Nasabah tidak mengalami kesulitan atau hambatan

yang signifikan dalam menggunakan atau berinteraksi dengan produk atau layanan tersebut.

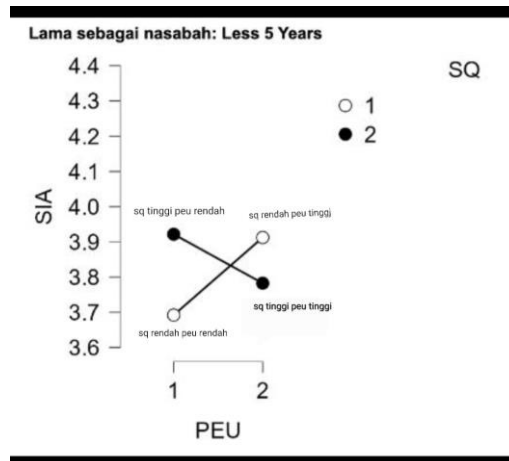
SIA tinggi artinya kualitas layanan dan persepsi kemudahan penggunaan tinggi, responden memiliki niat yang tinggi untuk beralih atau mengganti layanan konvensional ke layanan digital. Hal ini menunjukkan meskipun nasabah puas dengan layanan yang diterima dan menemukan penggunaannya mudah, ada faktor-faktor lain seperti fitur tambahan atau promosi dari pesaing yang mungkin mempengaruhi keputusan mereka untuk mencoba atau beralih ke produk atau layanan lain, factor umur (26-34).

Dari hasil penelitian diatas nasabah merasa puas dengan kualitas layanan yang tinggi dan penggunaan yang mudah dari layanan digital yang digunakan, tetapi mereka tetap terbuka untuk mencari alternatif yang lebih baik atau lebih menguntungkan secara ekonomi dalam hal biaya atau manfaat yang ditawarkan. Hal - hal yang menyebabkan kondisi seperti gambar grafik yang didapatkan yaitu :

1. Untuk nasabah lebih dari 5 tahun tidak perlu diarahkan dikarenakan sudah terbiasa menggunakan atau mengoperasikan.
2. Nasabah lebih dari 5 tahun, pegawai sudah menguasai karakter nasabah tersebut sehingga pegawai tidak terlalu mengarahkan dalam pengimputan
3. Nasabah lebih dari 5 tahun sudah menguasai program yang di sediakan oleh mandiri.
4. Walaupun sistem yang kami tawarkan sebenarnya mudah dimengerti, nasabah yang datang ke cabang kebanyakan gaptek dalam teknologi

Pengaruh Service Quality dan Perceived Ease of Use Terhadap Switching

Intention Untuk Nasabah Kurang Dari Lima Tahun



Gambar 2 Nasabah lebih dari 5 Tahun
Sumber: Data diolah, 2024

Dari grafik di atas, untuk angka 1 menunjukkan nilai low dan angka 2 menunjukkan nilai high. SQ (*Service Quality*), PEU (*Perceived Ease Of Use*), SIA (*Switching Intention*). Dari gambar grafik diatas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai responden SQ tinggi PEU rendah SIA rendah (nasabah tidak berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ tinggi, nasabah yang telah menggunakan sistem kurang dari 5 tahun menganggap bahwa kualitas layanan perbankan digital yang mereka terima sangat baik. Ini berarti mereka puas dengan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan tersebut, termasuk kecepatan, keandalan, dan kualitas pelayanan yang diberikan.

PEU rendah namun layanan perbankan digital yang mereka gunakan memiliki kualitas yang tinggi, responden merasa bahwa sistem ini tidak mudah digunakan atau dioperasikan dimana adanya kompleksitas dalam navigasi aplikasi atau antarmuka yang tidak intuitif membuat nasabah mengalami kesulitan dalam

menggunakan layanan secara efektif.

SIA rendah adalah layanan digital yang mereka gunakan dianggap berkualitas tinggi, dan meskipun mereka merasa kesulitan dalam penggunaannya, responden memiliki niat yang rendah untuk beralih ke sistem atau layanan perbankan digital lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kekurangan dalam penggunaan, mereka puas dengan layanan yang mereka gunakan saat ini dan tidak merasa perlu untuk mencari alternatif.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dalam penggunaan, kepuasan responden terhadap kualitas layanan yang tinggi mengimbangi persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan. Nasabah cenderung tetap menggunakan layanan yang sudah mereka kenal dan sudah terbiasa dengan cara kerjanya daripada beralih ke layanan baru yang mungkin memiliki antarmuka yang lebih sederhana tetapi tidak menjamin kualitas layanan yang setara atau lebih

baik. Nasabah yang berada di nilai ini yaitu nasabah berusia 35-45 th.

2. Nilai responden SQ rendah PEU tinggi SIA tinggi (nasabah akan berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ rendah merupakan nasabah yang telah menggunakan sistem kurang dari 5 tahun merasa bahwa kualitas layanan perbankan digital yang mereka terima kurang memuaskan. Mereka mungkin menghadapi masalah seperti kesulitan dalam mengakses layanan, lambatnya respon dari layanan pelanggan, atau ketidaksesuaian fitur dengan kebutuhan mereka.

PEU tinggi, meskipun kualitas layanan rendah, nasabah merasa bahwa sistem ini mudah digunakan atau dioperasikan. Nasabah tidak mengalami kesulitan yang signifikan dalam navigasi aplikasi atau antarmuka pengguna, dan merasa bahwa penggunaan sistem ini relatif lancar.

SIA tinggi yaitu meskipun ada masalah dengan kualitas layanan, sedangkan sistem yang ditawarkan mudah digunakan, nasabah memiliki niat yang tinggi untuk beralih ke layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan mereka dengan layanan yang ada sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk mencari alternatif yang lebih memuaskan.

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa nasabah merasa kurang puas dengan kualitas layanan perbankan digital yang mereka gunakan saat ini, meskipun penggunaan sistem dianggap mudah. Ketidakpuasan ini mendorong mereka untuk mencari solusi lain yang dapat memenuhi harapan atau kebutuhan mereka dengan lebih

baik. Hal ini dapat mencerminkan perubahan dalam preferensi konsumen terhadap layanan yang lebih baik atau lebih sesuai dengan ekspektasi mereka, terlepas dari tingkat kemudahan penggunaan yang mereka alami saat ini. Kriteria nasabah yang memilih di sini yaitu umur 26 - 34 th

3. Nilai responden SQ tinggi PEU tinggi SIA tinggi (nasabah berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ tinggi nasabah yang baru menggunakan sistem kurang dari 5 tahun menganggap bahwa kualitas layanan perbankan digital yang mereka terima sangat baik. Ini mencakup pengalaman yang memuaskan dengan layanan yang cepat, andal, dan responsif terhadap kebutuhan mereka.

PEU tinggi memiliki arti yaitu meskipun kualitas layanan tinggi, responden merasa bahwa sistem ini mudah digunakan atau dioperasikan. Nasabah tidak mengalami kesulitan yang signifikan dalam memahami cara menggunakan sistem aplikasi perbankan secara digital dan merasa nyaman dalam berinteraksi dengan sistem tersebut.

SI tinggi memiliki arti yaitu meskipun mereka puas dengan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan yang tinggi, nasabah memiliki niat yang tinggi untuk beralih ke sistem atau layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun layanan yang mereka gunakan saat ini memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka tetap terbuka untuk mencoba atau mencari alternatif yang dapat memberikan nilai tambah lebih besar, seperti fitur tambahan, biaya yang lebih rendah, atau

pengalaman pengguna yang lebih baik.

Dari hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa responden yang baru menggunakan sistem layanan perbankan digital dalam jangka waktu kurang dari 5 tahun cenderung sangat puas dengan layanan yang mereka terima dan merasa bahwa sistem tersebut mudah digunakan. Namun, mereka juga siap untuk mencari atau mencoba alternatif lain yang dapat memberikan manfaat lebih besar atau memenuhi kebutuhan mereka yang mungkin berubah seiring waktu. Hal ini mencerminkan dinamika pasar yang mengarah pada persaingan dalam inovasi dan keunggulan layanan di sektor perbankan digital. Kriteria nasabah yang memilih di sini yaitu umur 17 - 25 th

4. Nilai responden SQ rendah PEU rendah SIA rendah (nasabah tidak ingin berpindah). Hal ini dapat diartikan bahwa SQ rendah nasabah merasa bahwa kualitas layanan perbankan digital yang mereka terima tidak memenuhi harapan atau standar yang diharapkan. Mungkin ada masalah dengan respon layanan, kualitas transaksi, atau keandalan sistem yang menyebabkan ketidakpuasan mereka.

PEU rendah, kualitas layanan yang rendah, nasabah juga menghadapi kesulitan dalam menggunakan atau mengoperasikan sistem perbankan digital ini. Mereka mungkin mengalami masalah dengan system pengguna yang kompleks, navigasi yang sulit, atau fitur yang tidak intuitif.

SIA rendah artinya masalah dengan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan,

responden memiliki niat yang rendah untuk beralih ke sistem atau layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka tidak sepenuhnya puas dengan layanan yang mereka gunakan saat ini, mereka mungkin merasa tidak ada alternatif yang lebih baik atau tidak ingin menghadapi kerumitan beralih ke layanan lain.

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa responden yang baru menggunakan sistem layanan perbankan digital kurang dari 5 tahun cenderung tidak puas dengan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan yang rendah, tetapi juga kurang termotivasi untuk mencari alternatif lain. Mereka mungkin memilih untuk tetap menggunakan sistem yang ada karena alasan seperti kenyamanan, biaya perpindahan, atau keterbatasan pilihan layanan lain yang tersedia. Kriteria nasabah yang memilih di sini yaitu umur >45 th. Hal - hal yang menyebabkan kondisi seperti gambar gradik yang di dapatkan yaitu :

Terjadinya sebuah perpindahan (SI) dipengaruhi PEU yang rendah. Kategori PEU yang rendah yaitu :

1. Nasabah yang datang dalam melakukan transaksi memiliki rasa bingung dan canggung dengan system baru padahal didalam system sudah sangat mudah dalam penggunaan
2. Nasabah kurang dari 5 tahun kebanyakan belum pernah melakukan transaksi di era digital
3. Nasabah kurang dari 5 tahun dari awal hingga akhir perlu panduan ektras agar nasabah tidak merasakan kesulitan dalam bertransaksi di bank digital

4. Nasabah yang datang merupakan nasabah gen Z

3. Perbedaan *Switching Intention* Untuk Nasabah Kurang Dari Lima Tahun Dengan Nasabah Lebih Dari Lima Tahun

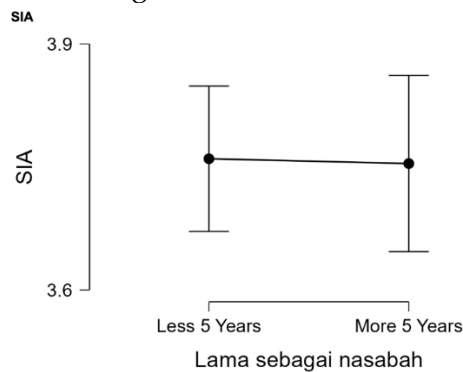
Gambar 3 Independent Samples T-Test SIA

Group	N	Mean	P Value
Less 5 Years	150	3.760	0.936
More 5 Years	80	3.754	

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian Independent Samples T-Test menunjukkan *switching intention* nasabah kurang dari 5 tahun sebanyak 150 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,760 dan nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 80 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,754. Perbedaan rata-rata *switching intention* nasabah kurang dari 5

tahun dengan nasabah lebih dari 5 tahun hanya sebesar 0,006 hampir tidak ada perbedaan, hasil ini dikuatkan dengan nilai P Value sebesar 0,936 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan *switching intention* pada nasabah kurang dari 5 tahun dengan nasabah lebih dari 5 tahun.



Gambar 4 SIA Berdasarkan Lama sebagai Nasabah

Sumber: Data diolah, 2024

Gambar diatas menggambarkan nilai rata-rata *switching intention* nasabah kurang dari 5 tahun dan nasabah lebih dari 5 tahun yang sama rata sehingga tervisualisasikan tidak terdapat perbedaan signifikan pada kedua kelompok nasabah tersebut. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu dengan beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara vulnerable dan susceptible yaitu :

1. Pada usia dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan dan kebiasaan terhadap teknologi. Secara umum, generasi yang lebih muda cenderung terbiasa dan terbuka terhadap teknologi baru seperti layanan digital bank. Pengaruh dari

switching intention dimana nasabah dengan umur 17 - 34 tahun memiliki niat yang lebih tinggi untuk beralih ke layanan digital, karena lebih terbiasa dengan teknologi dan lebih terbuka terhadap inovasi baru.

2. Pada gender dapat mempengaruhi preferensi, persepsi risiko, dan cara beradaptasi terhadap perubahan. Pengaruh dari *switching intention* dimana budaya dan sosial, beberapa studi menunjukkan bahwa gender dapat mempengaruhi kecenderungan untuk mengadopsi teknologi baru yang dimana mempengaruhi variasi antar kelompok dan wilayah. Contohnya laki - laki yang

sering melakukan transaksi dari pada wanita dikarenakan laki - laki yang memiliki sifat simple dalam melakukan aktifitas di perbankan.

3. Pada nasabah lama menggunakan layanan konvensional mungkin memiliki kebiasaan yang sudah mapan dan lebih sulit untuk beradaptasi dengan perubahan. Pengaruh dari *switching intention* dimana nasabah < 5 tahun terbuka terhadap perubahan dan memiliki niat yang lebih tinggi untuk mencoba layanan digital. Di sisi lain, nasabah yang telah lama lebih skeptis atau kurang tertarik untuk beralih.

Implikasi push-pull mooring yaitu faktor-faktor yang mendorong (push) nasabah untuk beralih dapat berupa ketidakpuasan terhadap layanan konvensional, perubahan kebijakan bank, atau keinginan untuk mendapatkan kemudahan dan kenyamanan yang lebih dari layanan digital sedangkan faktor-faktor yang menarik (pull) nasabah untuk beralih dapat meliputi promosi layanan digital, kemudahan akses, atau fitur-fitur baru yang ditawarkan yang tidak tersedia dalam layanan konvensional.

Perbedaan *Life Style* Untuk Nasabah Kurang Dari Lima Tahun Dengan Nasabah Lebih Dari Lima Tahun

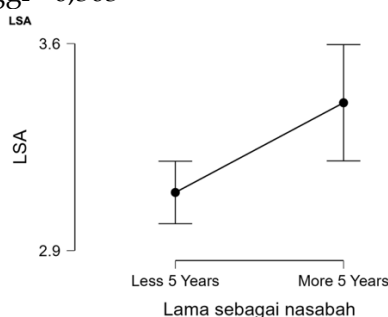
Table 1 Independent Samples T-Test LSA

Group	N	Mean	P Value
Less 5 Years	150	3.097	0.003
More 5 Years	80	3.400	

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian Independent Samples T-Test menunjukkan *Life Style* nasabah kurang dari 5 tahun sebanyak 150 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,097 dan nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 80 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,400. Perbedaan rata-rata *Life Style* yaitu nasabah lebih dari 5 tahun lebih tinggi 0,303

dibandingkan nasabah kurang dari 5 tahun, nilai P Value sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan *Life Style* pada nasabah kurang dari 5 tahun dengan nasabah lebih dari 5 tahun.



Gambar 5 LSA Berdasarkan Lama Sebagai Nasabah

Sumber: Data diolah, 2024

Gambar diatas menggambarkan nilai rata-rata *Life Style* nasabah lebih dari 5 tahun lebih tinggi dari pada nasabah kurang dari 5 tahun sehingga tervisualisasikan terdapat perbedaan signifikan pada kedua kelompok nasabah

tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu menurut Mowen dan Minor (2002) dalam Jayanti dan Siti (2020) gaya hidup lebih menunjukkan cara individu menjelaskan kehidupannya, bagaimana nasabah membelanjakan

uangnya dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Keputusan konsumen untuk memilih produk atau jasa yang akan dipilih dipengaruhi oleh *Life style* atau perilaku konsumen. Hal ini juga merupakan faktor terbesar dalam perubahan di teknologi. Beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara vulnerable yaitu :

1. Vulnerable pada usia dapat mempengaruhi tingkat adaptasi terhadap teknologi baru. Nasabah yang lebih tua mungkin menghadapi kurva pembelajaran yang lebih curam dalam mengadopsi dan mengintegrasikan layanan perbankan digital ke dalam gaya hidup mereka. Mereka mungkin memiliki kekhawatiran terkait keamanan data dan privasi dalam penggunaan teknologi baru. Dapat kita implikasi dimana nasabah yang lebih tua mungkin memerlukan lebih banyak waktu dan pendekatan yang lebih terarah untuk memahami manfaat dan fitur layanan digital bank. mereka juga mungkin membutuhkan dukungan tambahan untuk merasa nyaman menggunakan teknologi ini dalam aktivitas sehari-hari mereka.

2. Vulnerable pada gender dapat memengaruhi preferensi, persepsi risiko, dan kesiapan dalam mengadopsi teknologi digital. wanita cenderung lebih memperhatikan aspek keamanan dan privasi dalam menggunakan layanan perbankan digital. Dapat kita implikasikan dimana wanita memerlukan pendekatan yang lebih personal dan penjelasan yang lebih rinci terkait dengan manfaat, fitur, dan keamanan layanan digital bank. Pemberian informasi yang jelas dan dukungan teknis yang baik dapat membantu mengurangi resistensi mereka terhadap perubahan.

3. Vulnerable pada nasabah lama atau nasabah > 5 tahun

memiliki loyalitas yang tinggi terhadap cara tradisional layanan perbankan. Mereka menghadapi tantangan dalam mengubah kebiasaan dan persepsi mereka terhadap layanan baru. Dapat kita implikasikan yaitu perubahan gaya hidup untuk mengadopsi layanan perbankan digital bisa menjadi lebih sulit bagi nasabah lama karena mereka mungkin memiliki tingkat kenyamanan dan kebiasaan yang terbentuk dengan layanan konvensional. Edukasi yang intensif, demonstrasi langsung, dan dukungan pribadi dapat membantu mengurangi resistensi mereka terhadap perubahan.

Beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara susceptible yaitu :

1. Susceptible pada usia menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kelompok tua (35 - >45) dan muda (17-34) terkait dengan perpindahan ke layanan digital banking akibat push-pull mooring, maka kelompok yang lebih susceptible adalah kelompok yang menunjukkan perubahan yang lebih besar dalam perilaku perpindahan tersebut. Contohnya orang tua (35 - >45) lebih cenderung untuk beralih ke layanan digital banking daripada orang muda (17-34) setelah pengaruh push-pull mooring, maka dapat disimpulkan bahwa orang tua (35 - >45) lebih susceptible terhadap perubahan ini.

2. Susceptible pada gender yaitu laki-laki dan perempuan terkait dengan perpindahan ke layanan digital banking, maka gender yang lebih susceptible terhadap pengaruh push-pull mooring adalah gender yang menunjukkan perubahan yang lebih besar menuju layanan digital banking. Contohnya, perempuan lebih cenderung untuk beralih ke

layanan digital banking dibandingkan laki-laki setelah terkena pengaruh push-pull mooring, maka perempuan lebih susceptible terhadap perubahan ini.

3. Susceptible nasabah lama dan baru terkait dengan perpindahan ke layanan digital banking, maka status nasabah yang lebih susceptible terhadap pengaruh push-pull mooring adalah yang menunjukkan perubahan yang lebih besar menuju layanan digital. Contohnya nasabah baru lebih cenderung untuk menggunakan layanan digital banking daripada nasabah lama setelah pengaruh push-pull mooring, maka nasabah baru lebih susceptible terhadap perubahan ini. Implikasi terhadap push-pull

mooring terhadap layanan digital banking:

1. Targeting strategi pemasaran seperti informasi ini dapat membantu bank untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Contohnya orang tua lebih rentan terhadap perpindahan ke layanan digital, bank dapat

mengarahkan upaya pemasaran atau edukasi mereka lebih khusus kepada kelompok ini.

2. Pengembangan produk dan layanan dimana pengetahuan tentang kelompok yang lebih rentan dapat membantu dalam pengembangan produk dan layanan yang lebih sesuai dan menarik bagi mereka. Contohnya bank dapat mengembangkan fitur-fitur khusus yang memenuhi kebutuhan orang tua atau perempuan yang lebih rentan terhadap perpindahan ke digital banking.

3. Penyediaan dukungan dan Pendidikan disini bank fokus pada penyediaan dukungan dan pendidikan kepada kelompok - kelompok yang lebih rentan untuk memastikan transisi yang lancar ke layanan digital banking. Hal ini dapat meningkatkan adopsi dan kepuasan nasabah dalam jangka panjang.

Perbedaan *Perceived Ease Of Use* Untuk Nasabah Kurang Dari Lima Tahun Dengan Nasabah Lebih Dari Lima Tahun

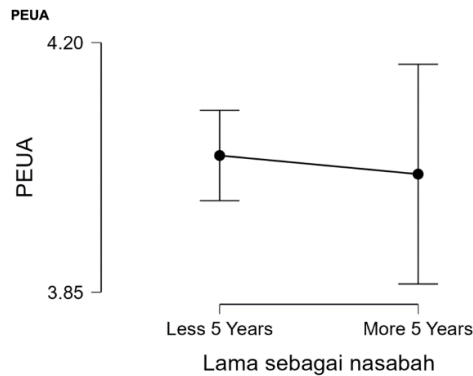
Table 2 Independent Samples T-Test PEUA

Group	N	Mean	P Value
Less 5 Years	150	4.042	0.716
More 5 Years	80	4.016	

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian Independent Samples T-Test menunjukkan *Perceived Ease Of Use* nasabah kurang dari 5 tahun sebanyak 150 nasabah dengan rata-rata sebesar 4,02 dan nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 80 nasabah dengan rata-rata sebesar 4,016. Perbedaan rata-rata *Perceived Ease Of Use* nasabah kurang dari 5 tahun

dengan nasabah lebih dari 5 tahun hanya sebesar 0,025 hampir tidak ada perbedaan, hasil ini dikuatkan dengan nilai P Value sebesar 0,716 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan *Perceived Ease Of Use* pada nasabah kurang dari 5 tahun dengan nasabah lebih dari 5 tahun.



Gambar 6 PEUA Berdasarkan Lama Sebagai Nasabah
Sumber: Data diolah, 2024

Gambar diatas menggambarkan nilai rata-rata *Perceived Ease Of Use* nasabah kurang dari 5 tahun dan nasabah lebih dari 5 tahun yang sama rata sehingga tervisualisasikan tidak terdapat perbedaan signifikan pada kedua kelompok nasabah tersebut. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian terdahulu dari Hanif (2022) yaitu kemudahan dalam menggunakan aplikasi digital dalam bertransaksi, menghasilkan berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat penggunaan serta kepercayaan masyarakat. Beberapa alasan yang menyebabkan tidak terjadinya perbedaan signifikan secara vulnerable yaitu :

1. Vulnerable pada usia menjadi faktor yang signifikan dalam menghadapi perubahan teknologi. Individu yang lebih tua memiliki tingkat keterampilan teknologi yang lebih rendah dan kurva pembelajaran yang lebih curam dalam mengadopsi layanan perbankan digital. Dapat kita implikasikan terhadap nasabah yang lebih tua dimana memerlukan lebih banyak waktu untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Mereka menghadapi hambatan dalam memahami fitur-fitur baru dan perbedaan dalam proses penggunaan layanan digital dibandingkan dengan layanan konvensional.
2. Vulnerable pada gender yang dimana dapat mempengaruhi

persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan tingkat kenyamanan dalam menggunakan teknologi baru. Studi menunjukkan bahwa preferensi dan pengalaman penggunaan teknologi bisa berbeda antara pria dan wanita. Dapat kita implikasikan pada wanita yang memiliki kecenderungan untuk mencari dukungan lebih lanjut dalam mengatasi hambatan penggunaan teknologi baru. Mereka memerlukan panduan yang lebih rinci dan dukungan yang lebih mendalam untuk merasa nyaman dengan layanan perbankan digital.

3. Vulnerable pada nasabah lama atau > 5 tahun dimana nasabah tersebut memiliki loyalitas yang kuat terhadap layanan konvensional dan menghadapi resistensi terhadap perubahan. Mereka tidak terbiasa dengan teknologi baru atau merasa tidak nyaman dengan proses yang berbeda dalam layanan digital. Dapat kita implikasikan terhadap nasabah lama yang dimana memerlukan pendekatan yang hati-hati dalam menyampaikan manfaat dan keunggulan layanan digital. Mereka memerlukan pelatihan intensif dan demonstrasi langsung untuk membantu mereka dalam mengatasi ketidaknyamanan diawal penggunaan dan

mengurangi resistensi terhadap perubahan.

Beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara *succeptable* yaitu :

1. *Succeptable* pada usia dapat mempengaruhi persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi baru. Individu yang lebih tua mungkin memiliki tingkat keterampilan teknologi yang lebih rendah dan mungkin menganggap teknologi digital lebih rumit untuk digunakan. Dapat kita implikasikan pada nasabah yang lebih tua yang dimana membutuhkan lebih banyak waktu dan bimbingan dalam memahami dan menggunakan layanan perbankan digital. Interface yang intuitif dan panduan yang jelas dapat membantu mengurangi hambatan mereka terhadap adopsi teknologi baru.

2. *Succeptable* pada gender dimana dapat memengaruhi persepsi terhadap kemudahan penggunaan. Wanita mungkin memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap antarmuka yang mudah digunakan dan panduan yang jelas dalam menggunakan layanan digital. Dapat kita implikasikan yaitu

mempertimbangkan preferensi dan kebutuhan spesifik yang mungkin dimiliki oleh wanita terkait dengan kemudahan penggunaan layanan perbankan digital. Desain antarmuka yang ramah pengguna dan dukungan yang mendalam dapat membantu meningkatkan penerimaan mereka terhadap layanan digital bank.

3. *Succeptable* pada nasabah lama atau > 5 tahun yang dimana memiliki tingkat kenyamanan yang tinggi dengan layanan perbankan konvensional dan mungkin menghadapi hambatan dalam mengubah kebiasaan mereka. Dapat kita implikasikan ke nasabah lama atau > 5 tahu untuk menyediakan pelatihan yang memadai dan dukungan teknis untuk membantu mereka mengatasi ketidaknyamanan awal dalam menggunakan layanan digital. Pengenalan yang tepat waktu terhadap manfaat layanan baru dan demonstrasi langsung dapat membantu mengurangi resistensi mereka terhadap perubahan.

4. Perbedaan *Service Quality* Untuk Nasabah Kurang Dari Lima Tahun Dengan Nasabah Lebih Dari Lima Tahun

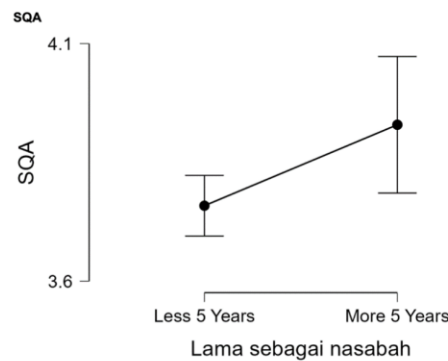
Table 3 Independent Samples T-Test SQA

Group	N	Mean	P Value
Less 5 Years	150	3.759	0.014
More 5 Years	80	3.929	

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian Independent Samples T-Test menunjukkan *Service Quality* nasabah kurang dari 5 tahun sebanyak 150 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,759 dan nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 80 nasabah dengan rata-rata sebesar 3,929. Perbedaan rata-rata *Service Quality* yaitu

nasabah lebih dari 5 tahun lebih tinggi 0,170 dibandingkan nasabah kurang dari 5 tahun, nilai P Value sebesar 0,014 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan *Service Quality* pada nasabah kurang dari 5 tahun dengan nasabah lebih dari 5 tahun.



Gambar 7 Berdasarkan Lama sebagai Nasabah
Sumber: Data diolah, 2024

Gambar diatas menggambarkan nilai rata-rata *Service Quality* nasabah lebih dari 5 tahun lebih tinggi dari pada nasabah kurang dari 5 tahun sehingga tervisualisasikan terdapat perbedaan signifikan pada kedua kelompok nasabah tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Sufti (2019) bahwa TI (Teknologi Informasi) secara parsial memengaruhi kepuasan konsumen. Beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara vulnerable yaitu :

1. Vulnerable pada usia yang dimana dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan. Individu yang lebih tua mungkin memiliki harapan yang tinggi terhadap pelayanan yang personal dan mendetail. Dapat kita implikasikan ke nasabah yang lebih tua yang dimana merasa kurang nyaman dengan layanan yang kurang personal dan interaksi yang lebih terkait dengan teknologi. Mereka mungkin memerlukan lebih banyak dukungan dan bantuan dalam mengatasi hambatan teknologi serta untuk memastikan bahwa kebutuhan layanan mereka terpenuhi dengan baik.
2. Vulnerable pada gender yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan dan preferensi dalam hal interaksi dengan teknologi. Wanita mungkin memiliki kecenderungan untuk

menilai kualitas layanan berdasarkan aspek interpersonal dan responsif. Dapat kita implikasikan dimana wanita memerlukan pendekatan yang lebih personal dan komunikasi yang lebih jelas dalam menyampaikan manfaat dan keunggulan layanan digital. Mereka juga mungkin memerlukan bantuan tambahan untuk merasa nyaman dengan teknologi yang digunakan.

3. Vulnerable pada nasabah lama atau nasabah > 5 tahun dimana memiliki harapan yang tinggi terhadap konsistensi dan kualitas layanan yang diberikan oleh bank. Mereka mungkin memiliki standar yang telah terbentuk terhadap layanan konvensional dan membandingkannya dengan layanan digital yang baru. Dapat kita implikasikan untuk nasabah lama atau nasabah < 5 tahun dimana penting untuk menjaga kualitas layanan yang konsisten dan menyediakan pendekatan yang personal dalam menyampaikan manfaat dan fitur layanan digital. Mereka memerlukan penjelasan yang lebih rinci dan dukungan teknis untuk mengatasi hambatan adaptasi terhadap teknologi baru.

Beberapa alasan yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan secara susceptible yaitu :

1. Susceptable pada usia dimana usia lebih tua mungkin lebih kritis terhadap perubahan dalam kualitas layanan. Mereka memiliki harapan yang tinggi terhadap layanan yang personal dan responsif, serta kurang terbiasa dengan teknologi digital. Dapat kita implikasikan ke nasabah yang lebih tua yang dimana memerlukan pendekatan yang lebih terstruktur dan personal dalam pengenalan terhadap layanan digital. Mereka juga membutuhkan bantuan tambahan untuk merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan teknologi baru.

2. Susceptable pada gender yang dimana dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan. Wanita lebih memperhatikan aspek interpersonal dan komunikasi dalam pengalaman layanan. Dapat kita implikasikan dalam merancang strategi pemasaran dan pelatihan dalam mempertimbangkan preferensi wanita terhadap layanan yang responsif dan interaksi yang lebih personal. Memberikan dukungan yang lebih mendalam dan penjelasan yang jelas dapat membantu mengurangi hambatan adopsi teknologi digital oleh wanita.

3. Susceptable pada nasabah lama atau > 5 tahun yang dimana memiliki standar yang tinggi terhadap kualitas layanan yang telah mereka terima dari layanan konvensional. Mereka selalu mengukur layanan digital baru berdasarkan pengalaman mereka dengan layanan konvensional. Dapat kita implikasikan terhadap nasabah lama atau > 5. Tahun di mana penting untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas layanan yang konsisten. Edukasi yang tepat dan demonstrasi yang efektif

tentang manfaat layanan digital dapat membantu mengurangi resistensi terhadap perubahan dan meningkatkan kepuasan mereka.

SIMPULAN

Pengaruh Variabel pada Switching Intention. Nasabah yang merasa kualitas layanan konvensional tinggi dan menilai layanan digital mudah digunakan cenderung memiliki niat yang tinggi untuk beralih ke layanan digital. Sebaliknya, nasabah yang menganggap kualitas layanan rendah atau merasa penggunaan layanan digital sulit memiliki niat beralih yang lebih rendah.

Perbedaan Berdasarkan Durasi Penggunaan. Hasil uji T menunjukkan bahwa durasi penggunaan tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk beralih ke layanan digital (Switching Intention), namun gaya hidup (Life Style) dan kualitas layanan (Service Quality) berpengaruh signifikan. Nasabah dengan penggunaan lebih lama cenderung memiliki persepsi yang berbeda terhadap kualitas layanan dibandingkan dengan nasabah yang baru menggunakan layanan.

Strategi untuk Meningkatkan Layanan Bank Mandiri. Bank Mandiri perlu fokus pada inovasi produk dan layanan untuk mempertahankan daya tarik dan relevansi di pasar. Peningkatan pengalaman nasabah melalui platform digital dan layanan pelanggan yang responsif menjadi kunci dalam memenangkan persaingan pasar yang dinamis

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Willy Dan Jogiyanto. 2014. *Konsep & Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Al-Dweeri, R. M. Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023). Factors influencing cloud service quality and their relationship with customer satisfaction and loyalty. *Heliyon*, 9(4).

- Montes, F. J. L., Obeidat, Z. M., & Al-Dwairi, K. M. (2019). The Effect Of E-Service Quality On Jordanian Student's E-Loyalty: An Empirical Study In Online Retailing. *Industrial Management And Data Systems*, 119(4), 902-923.
- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201- 223.
<https://doi.org/10.21009/jrmsi>.
- Bansal, Harvir.S, Taylor, Shirley F, And James, Yannik St. (2005). Migrating to New Service Providers: Toward A Unifying Framework of Consumer. S Switching Behaviors. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 33 (1) 96- 115.
- Bufi (2019). Pengaruh Teknologi Inforansi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bukopin Medan. Studi Kasus Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.
- Chaimaa, B., Najib, E., & Rachid, H. (2021). E-Banking Overview: Concepts, Challenges and Solutions. *Wireless Personal Communications*, 117(2), 1059-1078.
- Chanias, S., Myers, M. D., & Hess, T. (2019). Digital Transformation Strategy Making in Pre-Digital Organizations: The Case of A Financial Services Provider. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(1), 17-33.
- Cunha, P. R., Melo, P., & Sebastião, H. (2021). From Bitcoin to Central Bank Digital Currencies: Making Sense of The Digital Money Revolution. *Future Internet*, 13(7), 165.
- Dorigo, Guido and Waldo Tobler. (1983). Push-Pull Migration Laws. *Annals of The Association of American Geographers*. 73 (1), 1-17.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gold AH, Arvind Malhotra AH 2001 J. Manage. Inform. Syst. 18 185-214.
- Hair J, Hult GTM, Ringle C, Sarstedt M 2014 A Primer on Partial Least Squares.
- Hanif, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Guna Melalui Kepercayaan Pada Pengguna Dompert Digital Gopay. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 178-186.
- Jayani, D. (2021). Pengguna Bank Digital di Indonesia Diproyeksi Capai 748 Juta pada 2026. Databoks. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/10/07/Pengguna-Bank-Digital-Di-Indonesia-Diproyeksi-Capai-748-Juta-Pada-2026>
- Jayanti, Esih dan Siti Fatmawati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sophie Paris Pada Member Jaringan Bisnis Center Sugeng Budhi Handoyo Area Cilacap. *JAB*, 6(2).
- Jones, Michael A., And., Jaebeom Suh., (2000), "Transaction -Specific Satisfaction and Overall Satisfaction: An Empirical Analysis. *Journal Of Services Marketing*, 14,
- Kline, RB. (2011) *Principles and Practice Of Structural Equation Modeling* Third Edition. New York: The Guilford Press.
- Kokina, J., & Blanchette, S. (2019). Early Evidence of Digital Labor In Accounting: Innovation With Robotic Process Automation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35, 100431.
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, (2012). *Markrting Manajemen*, Thirteenth Edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran Dengan Judul, *Manajemen Pemasaran*.

- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Pp. 438-440
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Amsterdam: Hoboken. Management, 5(3), 1-10.
- Mosier, C. I. (1947). A Critical Examination of The Concepts Of Face Validity. *Educational And Psychological Measurement*, 7(2), 191-205.
- Mutiara, U., Candanni, L. R., & Hasibuan, R. R. (2019). Construction Of Financial Technology In Banking Systems In Indonesia. *Jurnal Hukum NOVELTY*, 10(02), 150-163. Offset.
- Della Prisanti, M. (2017). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trus Terhadap E-Customer Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap Ecustomer Loyalty. *Journal of Business Studies*, 2(1), 19-38.
- Rahmawati, M., Ruslan, A., & Bandarsyah, D. (2021). The Era Of Society 5.0 As The Unification Of Humans And Technology: A Literature Review On Materialism And Existentialism. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 16(2), 151-162.
- Sativa, A., & SRI, R. T. A. (2016). Analisis Pengaruh E-trust dan E-service quality terhadap E-loyalty dengan E-satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna E-commerce C2C Tokopedia). *Dissertation*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Sitompul, E. P., & Santoso, S. (2021). Tunai Tanpa Kartu Di Jakarta. *Jurnal Distribusi*, 9(2), 221- 236.
- Stimson, Robert J., & John Minnery. (1998). Why People Move to The 'Sun-Belt': A Case Study of Long-Distance Migration to The Gold Coast, Australia. *Urban Studies*. Vol. 35 (2), 193-214.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, S. (2000). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: Andi
- Vyas, V., & Raitani, S. (2014). Drivers of customers' switching behaviour in Indian banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 32(4), 321-342