



ANALISIS PENGARUH INOVASI DIGITAL BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI WILAYAH SIDOARJO

Andre Rizky Rayhan Ubaidillah¹⁾, Davin Al Aufa Setiawan²⁾, Ida Ayu Nuh Kartini³⁾

- ¹⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: andrerrayhan2@gmail.com
- ²⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: dafinalaufa@gmail.com
- ³⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email: nuhkartini@untag-sby.ac.id

Abstract

The rapid advancement of information technology has accelerated digital transformation in the banking industry through the development of digital banking services, particularly mobile banking. Banks continuously introduce digital innovations to provide customers with more convenient, efficient, secure, and accessible financial services. However, increasing competition among banks and the emergence of financial technology (fintech) services require banking institutions to continuously innovate in order to maintain customer loyalty. At the same time, issues such as system disruptions, limited application features, and transaction security concerns may affect customers' experiences and loyalty. This study aims to analyze digital banking innovation in improving customer loyalty among mobile banking users in Sidoarjo Regency. The study employs a qualitative descriptive approach. Informants are selected using purposive sampling, consisting of active mobile banking users residing in Sidoarjo Regency. Data are collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and are analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity is ensured through source and technique triangulation. This study is expected to provide a comprehensive understanding of digital banking innovations perceived by customers and explain how these innovations contribute to strengthening customer loyalty. The findings are expected to serve as a reference for banking institutions in developing more innovative, secure, and customer-oriented digital banking services.

Keywords: Customer Loyalty, Digital Banking, Digital Innovation, Mobile Banking, Qualitative Research.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital pada industri perbankan melalui pengembangan layanan digital banking, khususnya mobile banking. Berbagai inovasi layanan digital dilakukan oleh perbankan untuk terus memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Namun, meningkatnya persaingan antarbank serta munculnya berbagai layanan teknologi finansial menuntut perbankan untuk terus berinovasi agar mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Di sisi lain, masih terdapat berbagai kendala dalam penggunaan mobile banking, seperti gangguan sistem, keterbatasan fitur, serta isu keamanan transaksi yang dapat memengaruhi pengalaman dan loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis inovasi digital banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pengguna mobile banking di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yang terdiri atas pengguna mobile banking yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo dan telah menggunakan layanan tersebut secara aktif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai bentuk inovasi digital banking yang dirasakan oleh nasabah serta menjelaskan bagaimana inovasi tersebut berkontribusi dalam membangun loyalitas pengguna mobile banking. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi industri perbankan dalam mengembangkan layanan digital yang lebih inovatif, aman, dan berorientasi pada kebutuhan nasabah.

Kata Kunci: Digital Banking, Inovasi Digital, Loyalitas Nasabah, Mobile Banking, Penelitian Kualitatif.



PENDAHULUAN

Berisi Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi dalam industri perbankan. Perbankan tidak lagi hanya mengandalkan layanan konvensional, tetapi mulai mengembangkan berbagai inovasi digital banking untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Inovasi digital banking mencakup berbagai layanan berbasis teknologi seperti mobile banking, internet banking, QRIS, dompet digital, hingga pembukaan rekening secara daring. Kehadiran inovasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan efisiensi layanan, kemudahan akses, serta pengalaman nasabah dalam melakukan transaksi keuangan.

Menurut Rogers (2003) dalam teori Diffusion of Innovation, suatu inovasi akan diterima oleh masyarakat apabila dianggap memiliki keunggulan relatif (relative advantage), sesuai dengan kebutuhan pengguna (compatibility), mudah digunakan (complexity), dapat diuji (trialability), dan hasilnya dapat diamati (observability). Dalam konteks perbankan, keberhasilan implementasi digital banking sangat bergantung pada persepsi nasabah terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan layanan tersebut.

Selain itu, teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perceived usefulness (persepsi kemanfaatan) dan perceived ease of use (persepsi kemudahan penggunaan). Apabila nasabah merasa bahwa digital banking memberikan manfaat serta mudah digunakan, maka mereka akan cenderung menerima dan terus menggunakan layanan tersebut.

Loyalitas nasabah merupakan komitmen yang kuat untuk menggunakan kembali suatu produk atau jasa secara berkelanjutan meskipun terdapat berbagai alternatif yang ditawarkan oleh pesaing. Menurut Oliver (2014), loyalitas pelanggan ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, serta ketahanan terhadap pengaruh kompetitor.

Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu wilayah dengan tingkat aktivitas ekonomi dan penetrasi teknologi yang cukup tinggi. Kondisi tersebut mendorong masyarakat untuk semakin memanfaatkan layanan digital banking dalam aktivitas sehari-hari. Namun, tingkat penerimaan dan loyalitas nasabah terhadap inovasi digital banking dapat berbeda-beda tergantung pada pengalaman, persepsi, dan tingkat kepercayaan masing-masing individu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi digital banking terhadap loyalitas nasabah di wilayah Sidoarjo melalui pendekatan kualitatif guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi nasabah.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai bagaimana inovasi digital banking memengaruhi loyalitas nasabah berdasarkan pengalaman, persepsi, dan interpretasi informan.

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Sidoarjo. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) berdomisili di Kabupaten Sidoarjo, (2) merupakan nasabah aktif bank yang



menggunakan layanan digital banking, dan (3) telah menggunakan layanan tersebut minimal selama enam bulan. Informan terdiri dari beberapa nasabah yang aktif menggunakan mobile banking atau internet banking.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview), observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk menggali persepsi informan terkait kemudahan penggunaan, manfaat, keamanan, pengalaman penggunaan, serta pengaruh inovasi digital banking terhadap loyalitas mereka.

Analisis data menggunakan model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Kerangka analisis penelitian didasarkan pada teori Diffusion of Innovation dari Rogers (2003), Technology Acceptance Model (TAM) dari Davis (1989), serta teori loyalitas pelanggan dari Oliver (2014) untuk menginterpretasikan temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memandang inovasi digital banking sebagai layanan yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Informan menyatakan bahwa layanan mobile banking memungkinkan mereka melakukan transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan transaksi lainnya tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank.

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat beberapa aspek inovasi digital banking yang dianggap berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Pertama, aspek kemudahan penggunaan. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa antarmuka aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami membuat mereka nyaman menggunakan layanan digital banking secara berkelanjutan.

Kedua, aspek manfaat atau kegunaan. Informan menilai bahwa digital banking mampu menghemat waktu, tenaga, dan biaya karena transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Ketiga, aspek keamanan. Meskipun mayoritas informan merasa cukup aman menggunakan layanan digital banking, beberapa informan masih memiliki kekhawatiran terhadap risiko penipuan digital dan kebocoran data pribadi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman positif selama menggunakan digital banking mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank yang sama, merekomendasikannya kepada orang lain, serta tidak mudah berpindah ke bank lain. Dengan demikian, inovasi digital banking terbukti berkontribusi dalam membentuk loyalitas nasabah di wilayah Sidoarjo.

Selain itu, koefisien determinasi menunjukkan bahwa inovasi digital banking mampu menjelaskan sebagian besar variasi loyalitas nasabah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah.

Pembahasan

Berisi Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital banking memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Berdasarkan perspektif teori Diffusion of



Innovation Rogers (2003), mayoritas informan menerima inovasi digital banking karena layanan tersebut memberikan keunggulan relatif dibandingkan layanan konvensional, khususnya dalam hal kecepatan dan kemudahan akses.

Selanjutnya, hasil penelitian juga sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) dari Davis (1989). Informan yang merasakan manfaat dan kemudahan penggunaan digital banking cenderung memiliki intensi yang lebih tinggi untuk terus menggunakan layanan tersebut. Persepsi positif terhadap teknologi menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas nasabah.

Temuan ini juga mendukung teori loyalitas pelanggan Oliver (2014) yang menyatakan bahwa loyalitas terbentuk melalui pengalaman positif dan kepuasan pelanggan. Informan yang merasa puas terhadap fitur, kemudahan, dan efisiensi layanan digital banking menunjukkan perilaku loyal berupa penggunaan berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan komitmen untuk tetap menggunakan layanan bank yang sama.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan bahwa keamanan digital masih menjadi perhatian utama bagi beberapa informan. Oleh karena itu, perbankan perlu terus meningkatkan sistem keamanan, memperkuat perlindungan data nasabah, serta memberikan edukasi mengenai keamanan transaksi digital. Upaya tersebut penting untuk meningkatkan kepercayaan nasabah sehingga loyalitas dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi digital banking tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara

bank dan nasabah melalui penciptaan pengalaman layanan yang positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi digital banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di wilayah Sidoarjo. Inovasi layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan berbagai fitur transaksi digital mampu memberikan kemudahan, efisiensi, serta fleksibilitas bagi nasabah dalam melakukan aktivitas perbankan. Persepsi positif nasabah terhadap kemudahan penggunaan, manfaat, dan kualitas layanan digital mendorong terbentuknya loyalitas yang ditunjukkan melalui penggunaan layanan secara berkelanjutan, kesediaan merekomendasikan kepada orang lain, serta komitmen untuk tetap menggunakan layanan bank yang sama.

Namun demikian, aspek keamanan dan perlindungan data masih menjadi perhatian bagi sebagian nasabah. Oleh karena itu, pihak perbankan perlu terus melakukan inovasi yang berorientasi pada kebutuhan nasabah serta meningkatkan keamanan sistem digital guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di era transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. A. (2023). Understanding the role of social media marketing and technology adoption model in shaping customer adoption of digital banking. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah,



- kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Badrawani, W. (2025). Digital payment policy impact analysis on the intention to use QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) during COVID-19 pandemic. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.11695>
- Bank Indonesia. (2023). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025*. Bank Indonesia.
- Beanning, L., & Zulkarnain. (2024). The effect of e-service quality on customer satisfaction and customer loyalty: A study on mobile banking application in Indonesia. *Communications in Humanities and Social Sciences*, 4(1), 51–58. <https://doi.org/10.21924/chss.4.1.2024.73>
- Cahaya, Y. F., & Siswanti, I. (2020). Internet banking service quality in Indonesia and its impact on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *Management Research Studies Journal*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.56174/mrsj.v1i1.350>
- Christy, C. A., & Lisana. (2025). *Customer Continuance Usage of Digital Banking: A Systematic Review of Influencing Factors*. *Journal of Information Systems and Informatics*, 7(2), 1714–1742. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v7i2.1151>
- Dewi, C. A. M., & Sanica, I. G. (2023). Peran kepuasan dalam memediasi fitur layanan dan penerimaan teknologi mobile banking BNI terhadap loyalitas nasabah. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(2), 402–417. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.20299>
- Febisatria, A., Zulfahmi, Laega, E. T. Z. R., Sipayung, L. D., & Pratama, A. A. (2025). Digital banking adoption in Indonesia: The role of perceived usefulness and ease of use. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/10.30812/target.v7i2.5868>
- Lolemo, S. E., & Pandya, H. B. (2024). The impact of digital banking on customer satisfaction and loyalty in commercial banks: A systematic literature review. *International Journal of Management, Economics and Commerce*.
- Mahfuzh, M. A., Setyono, J., & Riza, A. F. (2025). Examining the model for enhancing e-loyalty in digital banks. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 14(1). <https://doi.org/10.15408/sjie.v14i1.44901>
- Nugroho, M. A., Sulistyani, R., Novitasari, B. T., & Chinomona, R. (2025). Digital bank adoption in Indonesia: The role of price value, perceived risk, and intention to use. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 14(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v14i1.81941>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Ramadhan, H. D., & Efrilianda, D. A. (2025). Analysis of user readiness and acceptance of SeaBank Indonesia using the Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) approach. *Journal of Advances in*



Information Systems and Technology, 7(1).

<https://doi.org/10.15294/jaist.v7i1.15423>

Sofian, S. C., & Handoyo, S. E. (2025). Pengaruh kepercayaan, kepuasan, pengalaman, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada nasabah bank digital di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(1), 71–82.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i1.33836>

Takasihaeng, S., & Setyowati, R. (2025). Analisis inovasi digital banking dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada layanan MyBCA dan blu BCA. *Jurnal Cendekia Ilmiah*.

Yusdasani, K. N., & Adiwijaya, K. (2025). Customer loyalty in digital banking: The role of user journey and customer experience (A case study on Bank MAS Mobile). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(3).
<https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7338>