

Bank BJB's Efforts to Increase Customer Loyalty through Digital Services

[Upaya Bank BJB dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah melalui Layanan Digital]

Fara Ziah Azizah¹⁾, Nadhifatus Syaidatina Masyitoh²⁾, Desy Dwi Cahyani³⁾, Indri Satya Octaviana⁴⁾, Lilik Indayani⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Corresponding Author Email: faraziah0@gmail.com¹, nadhifamasvitoh05@gmail.com², desydwic19@gmail.com³, indrisatyaoctaviana@gmail.com⁴, lilikindayani@umsida.ac.id⁵, manajemen@umsida.ac.id

Abstract. ***General Background** Rapid digital transformation in information technology compels the banking industry to shift from traditional physical branches toward digital transaction channels. **Specific Background** Bank BJB actively develops its digital ecosystem, including the bjb DIGI application, to maintain market competitiveness and enhance customer loyalty. **Knowledge Gap** Existing research predominantly uses quantitative statistical methods to test service quality variables, leaving a shortage of qualitative studies exploring comprehensive bank strategies and direct customer usage experiences. **Aims** This study investigates Bank BJB's strategies in building customer loyalty, evaluates its digital service quality regarding ease of use, speed, and security, and explores customer perceptions. **Results** Utilizing a descriptive qualitative approach with purposive sampling, in-depth interviews, observation, and documentation, findings reveal that efficient transaction speeds, user-friendly interfaces, and multi-layered security features (PIN, OTP, transaction notifications) foster customer trust, repeat transactions, and referral behaviors. **Novelty** This study provides qualitative empirical depth by linking specific security and operational features directly to long-term customer commitment and advocacy behavior. **Implications** Financial institutions must continually optimize user-focused digital quality and security protocols to sustain customer retention in competitive banking markets.*

Keywords. Customer Loyalty, Digital Services, Bank BJB, Digital Banking, Teknologi Bank

Abstrak. ***Latar Belakang Umum** Transformasi digital yang cepat dalam teknologi informasi membuat industri perbankan harus beralih dari cabang fisik tradisional ke saluran transaksi digital. **Latar Belakang Khusus** Bank BJB aktif mengembangkan ekosistem digitalnya, termasuk aplikasi bjb DIGI, untuk menjaga daya saing di pasar dan meningkatkan loyalitas nasabah. **Kesenjangan Pengetahuan** Penelitian yang ada umumnya menggunakan metode statistik kuantitatif untuk menguji variabel kualitas layanan, sehingga masih sedikit penelitian kualitatif yang mengeksplorasi strategi komprehensif bank dan pengalaman langsung penggunaan nasabah. **Tujuan Penelitian** ini mengeksplorasi strategi Bank BJB dalam membangun loyalitas nasabah, menilai kualitas layanan digitalnya terkait kemudahan penggunaan, kecepatan, dan keamanan, serta mengeksplorasi persepsi nasabah. **Hasil** Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan purposive sampling, wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, temuan menunjukkan bahwa kecepatan transaksi yang efisien, antarmuka yang mudah digunakan, dan fitur keamanan berlapis (PIN, OTP, notifikasi transaksi) meningkatkan kepercayaan pelanggan, transaksi berulang, dan perilaku merekomendasikan. **Kebaruan** Studi ini memberikan kedalaman empiris kualitatif dengan menghubungkan fitur keamanan dan operasional tertentu langsung ke komitmen pelanggan jangka panjang dan perilaku advokasi. **Implikasi** Lembaga keuangan harus terus mengoptimalkan kualitas digital yang berfokus pada pengguna dan protokol keamanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di pasar perbankan yang kompetitif.*

Kata Kunci. Loyalitas Nasabah, Layanan Digital, Bank BJB, Perbankan Digital, Banking Technology

I. PENDAHULUAN

Perbankan teknologi informasi telah mendorong sektor perbankan untuk melakukan transformasi layanan digital. Bank kini tidak hanya mengandalkan layanan konvensional di kantor cabang, tetapi juga menghadirkan inovasi seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi transaksi digital untuk memudahkan transaksi nasabah [1]. Digitalisasi layanan perbankan menjadi strategi penting dalam meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan kualitas pelayanan kepada nasabah di era persaingan digital [2]. Penelitian menunjukkan digitalisasi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan

loyalitas nasabah karena transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan mudah diakses kapan saja [3].

Sebagai salah satu bank pembangunan daerah di Indonesia, Bank BJB terus mengembangkan layanan digital melalui aplikasi bjb DIGI dan berbagai fitur perbankan elektronik lainnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di era digital (Bank BJB, 2024) [4]. Kehadiran layanan digital tersebut menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya persaingan industri perbankan digital. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa kualitas layanan digital dan pengalaman penggunaan aplikasi perbankan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna bjb DIGI [5].

Layanan digital yang baik juga berkaitan erat dengan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa suatu perusahaan secara berkelanjutan [6]. Dalam industri perbankan, loyalitas menjadi aspek penting karena nasabah yang loyal cenderung tetap menggunakan layanan bank, melakukan transaksi berulang, serta merekomendasikan bank kepada orang lain. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa kualitas layanan digital, kepuasan, dan kepercayaan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan digital [7].

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan digital perbankan di Indonesia mencerminkan ketergantungan masyarakat pada transaksi digital, terlihat dari semakin banyaknya penggunaan mobile banking, internet banking, dan layanan pembayaran digital dalam keseharian [8]. Transaksi digital perbankan di Indonesia terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi. Pertumbuhan transaksi digital ini dipicu oleh kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang cepat, praktis, dan efisien [9]. Kondisi ini menuntut bank untuk menyediakan layanan digital yang tidak hanya user-friendly, tetapi juga aman, cepat, serta mampu memberikan pengalaman positif bagi nasabah. Layanan digital berkualitas terbukti dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah di sektor perbankan digital [3]. Di sisi lain, masih ada berbagai keluhan terkait layanan digital perbankan, seperti gangguan sistem, keamanan data, dan kualitas respons pelayanan digital, yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah. Masalah pada layanan digital ini berpotensi menurunkan kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap bank digital [10]. Oleh karena itu, upaya meningkatkan loyalitas nasabah melalui layanan digital menjadi isu penting untuk diteliti, terutama di Bank BJB. Penelitian tentang loyalitas nasabah dalam pemanfaatan layanan digital sangat penting karena loyalitas merupakan faktor utama dalam menjaga kelangsungan dan daya saing industri perbankan di era digital.

Penelitian terdahulu biasanya mengkaji hubungan antara layanan digital dan loyalitas nasabah dengan metode kuantitatif, menggunakan survei dan analisis statistik, sehingga fokus utama pada pengaruh kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah [11]. Penelitian lain mengungkapkan bahwa mobile banking dan digital banking berkontribusi pada loyalitas nasabah, namun fokus penelitian tersebut lebih pada pengujian variabel dan belum menggali secara mendalam pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital.

Selain itu, studi tentang loyalitas nasabah perbankan digital lebih sering menyoroti faktor kepuasan dan kualitas layanan daripada strategi bank dalam mempertahankan loyalitas di era transformasi digital [12]. Dengan demikian, terdapat kekurangan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami upaya Bank BJB dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui layanan digital [13]. Celah penelitian ini terletak pada belum adanya kajian komprehensif tentang strategi layanan digital, tantangan pelayanan, pengalaman penggunaan aplikasi digital, serta persepsi nasabah terhadap layanan digital dalam membentuk loyalitas secara langsung.

Tujuan Penelitian:

1. Untuk memahami upaya Bank BJB dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui layanan digital.
2. Untuk memahami kualitas layanan digital Bank BJB yang meliputi kemudahan penggunaan, kecepatan, dan keamanan dalam mendukung loyalitas nasabah.
3. Untuk memahami persepsi nasabah terhadap penggunaan layanan digital Bank BJB dalam membentuk loyalitas nasabah.

Rumusan masalah:

1. Bagaimna upaya Bank BJB dalam meningkatkan loyalitas nasabah melalui layanan digital?
2. Bagaimana kualitas layanan digital Bank BJB yang meliputi kemudahan penggunaan, kecepatan, dan keamanan dalam mendukung terbentuknya loyalitas nasabah?
3. Bagaimana persepsi nasabah terhadap penggunaan layanan digital Bank BJB dalam membentuk loyalitas nasabah?

Kategori SDGs:

Penelitian ini sejalan dengan SDG 9 yakni pengembangan layanan digital pada perbankan merupakan bentuk inovasi teknologi dalam sektor keuangan yang mendukung pembangunan infrastruktur digital yang lebih modern dan efisien. Hal ini memperkuat peran bank dalam menyediakan layanan keuangan berbasis teknologi yang lebih mudah diakses oleh masyarakat.

LITERATUR REVIEW

Loyalitas Nasabah

Dalam penelitian ini, loyalitas nasabah diartikan sebagai komitmen yang kuat dari nasabah untuk terus memilih dan menggunakan produk yang ditawarkan dan layanan perbankan serta mencerminkan sikap positif terhadap bank yang mereka pilih. Kesetiaan nasabah tidak hanya terlihat dari penggunaan layanan perbankan secara berulang, tetapi juga dari keinginan mereka untuk membangun hubungan yang kuat. Ini termasuk kesediaan untuk melakukan pembelian secara berulang serta merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain. Loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali suatu produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang, meskipun terdapat pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perpindahan pelanggan. Oliver menjelaskan bahwa loyalitas berkembang melalui tahapan kognitif, afektif, konatif, dan tindakan yang menunjukkan semakin kuatnya keterikatan pelanggan terhadap suatu perusahaan [14].

Loyalitas nasabah dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu melakukan transaksi secara berulang (repeat purchase), menggunakan berbagai produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan (cross buying), merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain (referral), serta menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk pesaing. Indikator tersebut menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya berkaitan dengan frekuensi penggunaan layanan, tetapi juga mencerminkan sikap positif dan komitmen nasabah terhadap perusahaan [15]. Pemaknaan ini menempatkan loyalitas nasabah sebagai hasil dari hubungan jangka panjang yang terbentuk melalui kepuasan, kepercayaan, kualitas layanan, dan pengalaman positif yang dirasakan nasabah selama berinteraksi dengan bank. Tingkat loyalitas nasabah dioperasionalkan sebagai tingkat kesediaan nasabah untuk tetap menggunakan layanan perbankan, melakukan transaksi berulang, memanfaatkan berbagai produk yang ditawarkan, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, serta tidak mudah berpindah ke bank pesaing [15].

Layanan Digital

Dalam penelitian ini, layanan digital diartikan sebagai layanan yang disediakan oleh bank dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memudahkan nasabah dalam mengakses informasi, melakukan transaksi, serta mendapatkan berbagai layanan keuangan secara elektronik tanpa terikat ruang dan waktu. Layanan digital adalah komponen dari transformasi digital perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Kualitas layanan digital (*e-service quality*) merupakan kemampuan suatu situs web atau sistem elektronik dalam memfasilitasi aktivitas pelanggan secara efektif dan efisien, mulai dari pencarian informasi, pelaksanaan transaksi, hingga penyampaian layanan pascatransaksi. Dalam konteks perbankan, layanan digital mencakup berbagai fasilitas seperti mobile banking, internet banking, SMS banking, dan aplikasi keuangan digital lainnya yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara mandiri [16]. Kualitas layanan digital dipengaruhi oleh beberapa dimensi utama, yaitu efisiensi penggunaan sistem, keandalan layanan, ketersediaan sistem, keamanan transaksi, serta perlindungan privasi pengguna. Selain itu, layanan digital yang efektif juga ditentukan

oleh kemudahan penggunaan, kecepatan akses, akurasi informasi, dan kemampuan sistem dalam memenuhi kebutuhan nasabah secara konsisten. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan yang digunakan [17]. Pemaknaan ini menempatkan layanan digital sebagai sarana pelayanan berbasis teknologi yang mendukung interaksi antara bank dan nasabah secara cepat, aman, dan efisien. Tingkat layanan digital dioperasionalkan sebagai kemampuan sistem perbankan digital dalam memberikan kemudahan penggunaan, keandalan layanan, keamanan transaksi, kecepatan akses, dan kualitas informasi yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital [17].

Dalam penelitian perbankan, layanan digital sering ditempatkan sebagai variabel yang memengaruhi loyalitas nasabah. Ketika pelanggan melihat layanan digital yang cepat, aman, dan andal, mereka akan lebih puas dan nyaman menggunakan bank. Pengalaman positif ini dapat meningkatkan kepercayaan dan komitmen nasabah, mendorong mereka untuk menggunakan layanan bank yang sama dan melakukan transaksi berulang, perilaku ini menunjukkan kesetiaan pelanggan. Secara teoritis, loyalitas nasabah merupakan hasil dari hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank yang dibangun melalui berbagai faktor, salah satunya adalah kualitas layanan digital. Oleh karena itu, dalam kerangka penelitian, layanan digital dapat dijadikan variabel independen (X) yang memengaruhi loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).

I. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana layanan digital perbankan memengaruhi loyalitas nasabah berdasarkan pengalaman, persepsi, dan pandangan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital [18]. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan secara sistematis bagaimana layanan digital Bank BJB dilaksanakan serta hubungannya dengan pembentukan loyalitas para nasabah.[19]

Subjek penelitian adalah nasabah bank yang aktif menggunakan layanan digital seperti mobile banking, internet banking, atau aplikasi perbankan digital lainnya. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu, seperti nasabah yang telah menggunakan layanan digital dalam jangka waktu tertentu dan memiliki pengalaman yang cukup dalam memanfaatkan layanan tersebut[20].

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapat langsung melalui wawancara mendalam dengan pelanggan yang menggunakan layanan digital Bank BJB, sedangkan data sekunder didapat dari berbagai dokumen perusahaan, laporan tahunan Bank BJB, artikel penelitian, serta sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian tersebut[21].

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital, tingkat kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, keandalan sistem, serta pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah. Observasi dilakukan untuk melihat penggunaan layanan digital dalam aktivitas perbankan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi[22].

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah pengguna layanan perbankan digital, ditemukan bahwa sebagian besar informan menggunakan layanan digital seperti mobile banking dan internet banking karena memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan. Informan menyatakan bahwa layanan digital memungkinkan mereka melakukan transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan berbagai transaksi lainnya secara cepat tanpa harus datang ke kantor cabang.

Kemudahan tersebut membuat nasabah merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan perbankan sehari-hari [9].

Selain kemudahan penggunaan, informan juga menilai bahwa kecepatan layanan menjadi salah satu alasan utama mereka memilih layanan digital. Nasabah dapat menyelesaikan transaksi hanya dalam beberapa menit sehingga aktivitas keuangan menjadi lebih efisien. Mayoritas informan mengaku lebih sering menggunakan aplikasi perbankan digital dibandingkan layanan konvensional karena dianggap lebih praktis dan menghemat waktu [17].

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa keamanan layanan digital menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank. Informan menyatakan bahwa fitur keamanan seperti PIN, OTP, biometrik, dan notifikasi transaksi memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi keuangan. Tingkat keamanan yang baik membuat nasabah lebih percaya terhadap layanan digital yang disediakan bank[23].

Selain itu, sebagian besar informan menyatakan kesediaannya untuk terus menggunakan layanan bank yang sama serta merekomendasikannya kepada keluarga maupun teman. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan loyalitas nasabah yang terbentuk melalui pengalaman positif selama menggunakan layanan digital[22].

B. Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa layanan digital memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Ketika layanan tersebut mudah diakses, pelanggan merasakan pengalaman perbankan yang positif, mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukti, Puspitasari, dan Kholis yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan digital berdampak pada loyalitas nasabah karena dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kecepatan layanan yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan digital. Nasabah yang memperoleh kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi cenderung memiliki persepsi positif terhadap bank sehingga lebih memilih untuk mempertahankan hubungan jangka panjang. Temuan ini mendukung penelitian Apriani yang menjelaskan bahwa digitalisasi perbankan mampu meningkatkan loyalitas nasabah melalui peningkatan efisiensi layanan dan kemudahan akses transaksi [24].

Aspek keamanan layanan digital juga terbukti menjadi faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah. Keamanan yang baik meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank sehingga mereka merasa nyaman untuk terus menggunakan berbagai layanan yang tersedia. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyuni, Sabri, dan Herman yang menemukan bahwa kualitas layanan digital dan kepercayaan nasabah pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah perbankan[25].

Temuan mengenai kesediaan nasabah untuk merekomendasikan layanan bank kepada orang lain menunjukkan adanya loyalitas yang kuat. Perilaku rekomendasi merupakan salah satu indikator loyalitas yang menunjukkan bahwa nasabah tidak hanya puas terhadap layanan yang diterima, tetapi juga memiliki komitmen untuk mempertahankan hubungan dengan bank. Hasil ini mendukung penelitian Sofian dan Handoyo yang menyatakan bahwa kualitas layanan, pengalaman penggunaan, kepuasan, dan kepercayaan berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah bank digital[23].

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa layanan digital yang mudah digunakan, cepat, aman, dan andal mampu meningkatkan loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan bank, semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk melakukan transaksi berulang, tetap menggunakan layanan bank, dan merekomendasikannya kepada pihak lain. Temuan ini menguatkan teori bahwa layanan digital merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam industri perbankan modern[22].

III. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa layanan digital memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas nasabah perbankan. Kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keamanan transaksi, dan keandalan sistem menjadi faktor yang mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan perbankan yang sama secara berkelanjutan. Dengan demikian, tujuan

penelitian untuk mengetahui pengaruh layanan digital terhadap loyalitas nasabah telah tercapai, yaitu bahwa kualitas layanan digital yang baik mampu meningkatkan kepercayaan, kenyamanan, dan komitmen nasabah sehingga memperkuat loyalitas mereka terhadap bank.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank harus berupaya mengembangkan layanan digital yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman nasabah karena ini akan membantu bank dalam menjaga dan membangun loyalitas nasabah di era persaingan semakin ketat di industri perbankan. Selanjutnya, penelitian bisa dilakukan mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah seperti kepuasan, kualitas layanan, kepercayaan, atau pengalaman nasabah yang menggunakan objek penelitian yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak perbankan dan para nasabah yang telah bersedia menjadi informan serta memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan bantuan akademik dan fasilitas yang diperlukan untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu pengetahuan dan praktik perbankan digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Anita, "A Digitalization in Banking Industry: Impact of Interface Design on Customer Loyalty of Mobile Banking in Indonesia," *IPMI International Journal of Business Studies*, vol. 8, 2024.
- [2] A. H. A. P. N. M. E. Madja, "Integrasi Transformasi Digital dan Strategi Komunikasi Perbankan dalam Meningkatkan Efisiensi Layanan dan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen dan Perbankan*, vol. 2, 2026.
- [3] W. F. P. Y. Andini, "Pengaruh Digitalisasi Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Analisis Regresi," *Jurnal Studi Multidisipliner*, vol. 10, 2026.
- [4] A. Kurniawan, "Transformasi Digital Banking Bank BJB: Strategi, Inovasi, dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perbankan," *Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis Nusantara*, vol. 1, 2024.
- [5] N. R. A. Malik and S. Anwar, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pengguna BJB Digi Mobile di Bank BJB KCP Bangkir," *Jurnal Investasi*, vol. 11, 2025.
- [6] S. E. H. A. M. Rusli and Kammaruddin, "Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Unismuh Makassar)," *IBEF Journal of Islamic Banking, Economics and Finance*, vol. 2, 2022.
- [7] N. K. T. Mukti and D. Puspitasari, "Determinan Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk dan Layanan Digital di Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII: At-Thullab*, vol. 14, 2022.
- [8] L. M. Alidha, A. P. Sar, R. Sopiattunnisa, and A. Azzahra, "Analisis Dampak Digitalisasi Layanan Perbankan Terhadap Loyalitas Nasabah di Era Revolusi Industri 4.0," *Contemporary Journal of Applied Science*, vol. 2, 2024.
- [9] N. N. E. H. Muchtar and M. N. Alim, "Analisa Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia," *I-BEST: Islamic Banking, Economics and Law Studies*, vol. 1, 2022.
- [10] B. S. Rheva and N. Zukhri, "Pengaruh Tingkat Literasi Digital dan Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Penggunaan Aplikasi BCA Mobile Pada Kalangan Milenial di Kota Pangkal Pinang," *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, vol. 3, 2026.
- [11] N. Amanda, R. Rohati, and D. S. Nusantara, "Mapping the Research Landscape of

- Mathematical Reasoning: A Bibliometric Study of the Last Decade,” *Journal of General Education and Humanities*, vol. 5, 2026.
- [12] N. M. W. N. Fajria, “Analisis Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Layanan, dan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang),” *Keunis Journal*, vol. 11, 2023.
- [13] K. N. A. Z. A. C. B. S. D. Aprilia and S. Dharsono, “Analysis of Digital Bank Services in Indonesia Based on Consumer Perception,” *International Journal of Applied Economics and Business*, vol. 1, 2023.
- [14] S. E. H. S. C. Sofian, “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Pengalaman, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Nasabah Bank Digital di Jakarta,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 2025.
- [15] A. R. Subagiyo, B. Mutafarida, B. N. Asiyah, J. Bachtiar, and Fauzan, “Islamic Bank Customer Loyalty: An Analysis of Griffin’s Theory and Relevant Research,” *Journal of Studies in Islam*, vol. 22, 2023.
- [16] B. S. Dharmmesta, “Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti,” *Jurnal Indonesian Economy and Business*, vol. 11, 2020.
- [17] S. I. Wahyuni, Sabri, and H. Herman, “Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Kepercayaan Nasabah dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Cabang KCU Batam,” *Ekonomi: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 13, 2026.
- [18] A. Rachman, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Kediri: Saba Jaya Publisher, 2023.
- [19] P. D. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2024.
- [20] T. T. Apriani, U. Indo, and G. Man, “Analisis Dampak Digitalisasi Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 3, no. 1, 2025.
- [21] H. Subakti and R. U. H. Genoveva, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023.
- [22] K. Z. H. N. Aini and E. S. Wahyuni, “Pengaruh Self Service Technology (SST) dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Manajemen*, vol. 8, 2025.
- [23] S. C. Sofian, “Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Pengalaman, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Digital,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, pp. 71–82, 2024.
- [24] T. T. Apriani, “Analisis Dampak Digitalisasi Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2025.
- [25] S. I. Wahyuni and H. Herman, “Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Kepercayaan Nasabah dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI Cabang KCU Batam,” *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2026.