

Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah dalam Penggunaan Aplikasi Perbankan Digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina

Andi Nurwanah, Muh Hariansyah Dwi Putra, Abd Rahman Mus

^{1,3}Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia

²Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan, (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh preferensi nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. (2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. (3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang kebenarannya harus diuji secara empiris dimana data diambil dari lapangan. Populasi penelitian ini seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. Sampel menggunakan rumus lemeshow dimana rumus ini digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi yang tidak diketahui. Berdasarkan Hasil Uji Statistik, hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) preferensi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital. (2) sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital. (3) perilaku nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital.

Kata Kunci : *Preferensi Nasabah, Sikap Nasabah, Perilaku Nasabah, Perbankan Digital.*

Abstract

This research aims, (1) to determine and analyze the influence of customer preferences on the use of digital banking applications at Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. (2) to determine and analyze the influence of customer attitudes towards the use of digital banking applications at Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Ibnu Sina Hospital. (3) to determine and analyze the influence of customer behavior on the use of digital banking applications at Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. This research uses a type of quantitative research whose truth must be tested empirically where data is taken from the field. The population of this study were all customers of Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Ibnu Sina Hospital. The sample uses the lemeshow formula, where this formula is used to calculate the sample in an unknown population. Based on the statistical test results, the research results obtained are (1) customer preferences have a positive and significant effect on the use of digital banking applications. (2) customer attitudes have a positive and significant effect on the use of digital banking applications. (3) customer behavior has a positive and significant effect on the use of digital banking applications.

Keywords: *Customer Preferences, Customer Attitudes, Customer Behavior, Digital Banking..*

Copyright (c) 2024 Muh Hariansyah Dwi Putra

✉ Corresponding author : andi.nurwanah@umi.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) hingga saat ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam beberapa aspek kehidupan masyarakat, baik itu dari sektor kesehatan, sektor pendidikan, sektor manufaktur maupun sektor keuangan. Perbankan digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh beberapa faktor utama seperti penetrasi internet dan smartphone yang meningkat dimana jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa pada tahun 2023 dengan tingkat penetrasi 73,7% dimana hampir semua pengguna internet (98,4%) mengakses internet melalui smartphone. Lalu ada faktor kebiasaan konsumen yang berubah dimana masyarakat semakin terbiasa melakukan berbagai aktivitas secara online, termasuk transaksi keuangan dan ada pula konsumen yang menginginkan layanan yang mudah, cepat, dan aman yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Serta adanya faktor yang berasal dari dukungan pemerintah, dimana pemerintah Indonesia mendorong pengembangan ekonomi digital termasuk disektor keuangan, serta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mengeluarkan berbagai peraturan yang mendukung perkembangan perbankan digital yang tertuang dalam POJK No. 12/POJK.03-2018 tentang Layanan Keuangan Digital. Perkembangan teknologi perbankan digital di Indonesia telah menjangkau sektor perbankan syariah, berbagai inovasi dan layanan keuangan digital syariah bermunculan seperti mobile banking, internet banking, e-money, QRIS, dan fintech, telah diluncurkan untuk menawarkan kemudahan dan akses yang lebih luas bagi nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Perkembangan teknologi perbankan digital syariah didorong oleh beberapa faktor seperti meningkatnya kesadaran masyarakat akan prinsip-prinsip syariah dalam bertransaksi keuangan.

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia memiliki hubungan erat dengan perkembangan teknologi perbankan digital. Teknologi perbankan digital telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, sebagaimana tercermin dalam laporan keuangan perbankan syariah yang terlihat jelas dalam laporan keuangan bank syariah, di mana laba, Return on Equity (ROE), Net Interest Margin (NIM), dan Capital Adequacy Ratio (CAR) menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun menghadapi persaingan ketat, keterbatasan sumber daya manusia, dan rendahnya literasi masyarakat, perbankan syariah memiliki prospek cerah. Dukungan pemerintah dan potensi pasar yang besar diharapkan dapat mendorong pertumbuhan yang semakin pesat. Digitalisasi membantu bank syariah menjangkau lebih banyak nasabah, meningkatkan efisiensi, menciptakan produk inovatif, meningkatkan literasi keuangan syariah, dan meningkatkan daya saing. Namun, ditengah pesatnya perkembangan ini, terdapat kesenjangan digital. Mulai dari keamanan siber yang menjadi tantangan tersendiri, dengan ancaman penipuan online yang mengharuskan peningkatan kesadaran masyarakat. Literasi digital yang masih rendah yang mengharuskan edukasi yang lebih gencar untuk mendorong pemanfaatan layanan digital secara aman dan bertanggung jawab, serta belum adanya inisiatif nasabah untuk menggeser preferensinya dari produk perbankan konvensional. Preferensi merupakan pilihan-pilihan yang dibuat oleh para nasabah atas produk perbankan yang mereka gunakan,

preferensi seorang nasabah menunjukkan kesukaan nasabah dari berbagai pilihan produk atau jasa perbankan yang ada. Preferensi nasabah terhadap fitur, kemudahan pengguna, dan keamanan aplikasi menjadi faktor penentu dalam penggunaan aplikasi perbankan digital. Nasabah yang memiliki sifat positif terhadap teknologi dan layanan digital akan lebih terbuka untuk mencoba aplikasi perbankan digital ini. Perilaku nasabah, seperti kebiasaan bertransaksi dan tingkat literasi keuangan juga berpengaruh pada penggunaan aplikasi perbankan digital. Dengan memperhatikan fenomena diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul Preferensi, Sikap dan Perilaku Nasabah terhadap Penggunaan Aplikasi Perbankan Digital pada Bank Syariah Indonesia.

METODOLOGI

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang kebenarannya harus diuji secara empiris, dimana data diambil dari lapangan. Penelitian empiris sendiri adalah jenis penelitian ilmiah yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data secara langsung dari pengamatan atau pengalaman nyata. Metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan kausal antara variabel variabel tertentu. Penelitian empiris melibatkan pengumpulan data melalui observasi, eksperimen, atau studi kasus, dan berusaha untuk menyusun kesimpulan berdasarkan bukti-bukti yang ditemukan dari dunia nyata.

Jenis dan Sumber Data

Hasil penetapan terhadap data tersebut tertera pada Tabel berikut:

Table 2. Data Penelitian, Sumber, Jenis dan Instrumen Pengumpulan Data

Variable	Sumber Data	Jenis Data	Instrumen Pengumpulan Data Primer
1. Preferensi Nasabah 2. Sikap Nasabah 3. Perilaku Nasabah 4. Penggunaan Perbankan Digital	Data diambil dari nasabah	Kuantitatif	1. Kuesioner 2. Wawancara

Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu dengan kualitas tertentu yang akan diamati atau diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar RS Ibnu Sina. Sedangkan sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subyek penelitian sebagai wakil dari para anggota populasi. Sampel dari penelitian ini akan menggunakan accidental sampling, accidental sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan layak dijadikan sampel oleh peneliti (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi yang tidak diketahui.

Teknik Pengumpulan Data

Penetapan pengumpulan data bertujuan agar pencapaian data yang diperoleh bisa seefisien dan seefektif mungkin, adapun pengumpulan data melalui kuesioner. Kuesioner adalah alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner sendiri berisi daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan terstruktur untuk menggali informasi, pendapat, sikap, atau karakteristik tertentu dari subjek penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian dimana data yang telah dikumpulkan diolah dan diinterpretasikan untuk menghasilkan temuan dan kesimpulan. Metode analisis data juga sangat penting karena dapat membantu peneliti untuk memahami makna data, membantu peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian, serta membantu peneliti untuk menyajikan hasil penelitian. Pengolahan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Uji Analisis Data dan Analisis Statistik.

Analisis Statistik

Analisis statistic digunakan untuk menjawab masalah pokok serta membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, adapun metode yang digunakan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi serta uji-t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Berganda

Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda antara preferensi nasabah, sikap nasabah dan perilaku nasabah terhadap perbankan digital:

Tabel 5.13 Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	2.193	1.483		1.478	.143		
Preferensi Nasabah (X1)	.096	.064	.032	2.012	.041	.387	2.581
Sikap Nasabah (X2)	.494	.065	.642	7.581	.000	.322	3.101
Perilaku Nasabah (X3)	.193	.064	.259	2.995	.004	.310	3.229

a. Dependent Variable: PERBANKAN DIGITAL (Y)

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2024)

Sehingga dari persamaan rumus regresi linier berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$Y = 2.193 + 0,096 X1 + 0,494 X2 + 0,193 X3 + e$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai konstanta 2.193 mempunyai arti bahwa apabila variabel-variabel independen yaitu Preferensi Nasabah, Sikap Nasabah Dan Perilaku Nasabah, itu konstan atau tidak berubah maka Perbankan Digital akan meningkat.

2. b1 (nilai koefisien regresi X1) 0,096 mempunyai arti bahwa jika Preferensi Nasabah (X1) meningkat, sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka Perbankan Digital juga akan meningkat.
3. b2 (nilai koefisien regresi X2) 0,494 mempunyai arti bahwa jika Sikap Nasabah (X2) meningkat, sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka Perbankan Digital juga akan meningkat.
4. b3 (nilai koefisien regresi X3) 0,193 mempunyai arti bahwa jika Perilaku Nasabah (X3) meningkat, sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan) maka Perbankan Digital juga akan meningkat.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh tersebut dapat dipertanggung jawabkan atau tidak. Bila hasil analisis nanti menunjukkan bahwa persamaan regresi yang bersangkutan adalah signifikan atau dapat dipertanggung jawabkan, maka persamaan regresi tersebut dapat digunakan untuk meramalkan variabel Y dan sekaligus untuk membuktikan hipotesis yang diajukan.

Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas (independen atau bebas) dalam menerangkan variasi variable dependen/ terkait. Dalam hal ini apakah masing- masing variable preferensi nasabah, sikap nasabah, dan perilaku nasabah terhadap penggunaan aplikasi perbankan digital. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf dari hasil perhitungan SPSS. Jika taraf signifikan yang di hasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sedangkan jika taraf signifikan hasil hiting lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 5.14 Uji-t

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	2.193	1.483		1.478	.143			
PREFERENSI NASABAH (X1)	.096	.064	.032	2.012	.041	.387	2.581	
SIKAP NASABAH (X2)	.494	.065	.642	7.581	.000	.322	3.101	
PERILAKU NASABAH (X3)	.193	.064	.259	2.995	.004	.310	3.229	

a. Dependent Variable: PERBANKAN DIGITAL (Y)

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas hasil Uji t dimana untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis Preferensi Nasabah Terhadap Perbankan Digital

Pengujian pengaruh preferensi nasabah terhadap perbankan digital menunjukan nilai t bernilai positif dengan nilai signifikan $0,041 < 0,05$. Karena t hitung $2,012 > 1.66088$ t tabel menunjukan bahwa variabel preferensi nasabah berpengaruh terhadap perbankan digital.

b. Uji Hipotesis Sikap Nasabah Terhadap Perbankan Digital

Pengujian pengaruh sikap nasabah terhadap perbankan digital menunjukkan nilai t bernilai positif dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Karena t hitung $7,581 > 1,66088$ t tabel menunjukkan bahwa variabel sikap nasabah berpengaruh terhadap perbankan digital.

c. Uji Hipotesis Perilaku Nasabah Terhadap Perbankan Digital

Pengujian pengaruh perilaku nasabah terhadap perbankan digital menunjukkan nilai t bernilai positif dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Karena t hitung $2,995 > 1,66088$ t tabel menunjukkan bahwa variabel perilaku nasabah berpengaruh terhadap perbankan digital.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model variable bebas (preferensi nasabah, sikap nasabah dan perilaku nasabah) dalam menerangkan variabel terikat (perbankan digital). Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 5.15 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887 ^a	.787	.780	1.78857	2.034
a. Predictors: (Constant), Perilaku Nasabah (X3), Preferensi Nasabah (X1), Sikap Nasabah (X2)					
b. Dependent Variable: Perbankan Digital (Y)					

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2024)

Hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat dilihat dari model summary adjusted R square sebesar 0,780 atau 78% artinya perbankan digital pada Bank Syariah Indonesia dapat dijelaskan oleh 3 variabel independennya yaitu Preferensi Nasabah, Sikap Nasabah Dan Perilaku Nasabah sebesar 78%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati.

Pengaruh Preferensi Nasabah (X1) Terhadap Perbankan Digital (Y)

Berdasarkan hasil statistik, variabel preferensi nasabah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital. Artinya semakin kuatnya preferensi yang dirasakan nasbaah, maka akan meningkatkan potensi perbankan digital. Secara harfiah, menurut Schiffman & Kanuk preferensi nasabah adalah proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh individu untuk memilih produk atau jasa yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Peran preferensi nasabah merujuk pada kepentingan, kebutuhan, dan pilihan yang dimiliki oleh pelanggan atau nasabah dalam konteks layanan atau produk yang mereka pilih atau gunakan. Preferensi nasabah sangat penting bagi perusahaan atau penyedia layanan karena dapat memengaruhi keberhasilan strategi pemasaran, pengembangan produk, dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Preferensi nasabah dapat menjadi penentu utama dalam menentukan arah kebijakan bisnis perusahaan. Memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan membantu perusahaan untuk mengarahkan sumber daya dan upaya mereka ke area yang paling penting dan berpotensi menguntungkan. Preferensi nasabah memberikan wawasan berharga bagi pengembangan produk dan

layanan baru. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperluas pangsa pasar. Dengan demikian, peran preferensi nasabah sangatlah signifikan dalam keseluruhan strategi bisnis dan pengalaman pelanggan suatu perusahaan. Perusahaan yang dapat memahami dan merespons preferensi nasabah dengan cepat dan efektif akan memiliki keunggulan kompetitif yang kuat di pasar.

Preferensi konsumen terhadap bank digital dipengaruhi oleh mengenai literasi keuangan dan literasi digital. Dengan kata lain oleh literasi keuangan dan literasi digital berkontribusi terhadap preferensi konsumen akan bank digital. Preferensi merupakan kecenderungan subjek untuk tetap tertarik dan merasa senang karena suatu pilihan. Preferensi disini merujuk pada alasan masyarakat dalam memilih bank digital dibandingkan bank konvensional. Dalam konteks perbankan digital, preferensi nasabah memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk strategi bisnis dan pengalaman pelanggan. Preferensi nasabah mempengaruhi cara perbankan digital dirancang. Platform dan aplikasi harus mudah digunakan, intuitif, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Preferensi seperti tampilan yang bersih, navigasi yang mudah, dan fitur-fitur yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah harus diprioritaskan. Dengan memperhatikan preferensi nasabah, perbankan digital dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik nasabah baru, meningkatkan retensi nasabah yang ada, dan menciptakan pengalaman pengguna yang memuaskan dan berkesan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ignasia Tiffani (2023), yang memperoleh hasil penelitian bahwa bahwa preferensi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital.

Pengaruh Sikap Nasabah (X2) Terhadap Perbankan Digital (Y)

Berdasarkan hasil statistik, variabel sikap nasabah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital. Artinya semakin kuatnya sikap yang dilakukan oleh nasabah, maka akan meningkatkan potensi pemilihan perbankan digital. Sikap nasabah adalah kecenderungan yang relatif permanen untuk mengevaluasi objek, orang, atau isu tertentu dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995). Sikap nasabah merujuk pada pandangan, keyakinan, dan perilaku yang dimiliki oleh nasabah terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan, serta terhadap penyedia layanan finansial secara umum. Sikap nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, persepsi terhadap risiko, kepercayaan terhadap lembaga keuangan, serta faktor-faktor psikologis dan sosial lainnya. Sikap nasabah terhadap lembaga keuangan dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan mereka terhadap reputasi, integritas, dan kredibilitas lembaga tersebut. Nasabah yang percaya pada lembaga keuangan biasanya lebih cenderung untuk memilih produk dan layanan dari lembaga tersebut. Tingkat pengetahuan keuangan nasabah juga dapat memengaruhi sikap mereka. Nasabah yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang produk dan layanan keuangan cenderung memiliki sikap yang lebih positif dan mungkin lebih terlibat dalam perencanaan keuangan mereka. Pemahaman tentang sikap nasabah adalah kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta penyediaan layanan pelanggan yang memuaskan. Dengan memahami sikap nasabah, lembaga

keuangan dapat meningkatkan kualitas layanan mereka dan membangun hubungan yang lebih baik dengan nasabah mereka.

Sikap nasabah terhadap perbankan digital memainkan peran kunci dalam adopsi dan penggunaan layanan perbankan digital. Pengalaman positif atau negatif dalam menggunakan platform perbankan digital dapat memengaruhi sikap nasabah. Jika pengguna menemukan platform yang mudah digunakan, aman, dan efisien, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap perbankan digital. Tingkat pengetahuan dan literasi digital nasabah memengaruhi sikap mereka terhadap perbankan digital. Nasabah yang lebih terbiasa dengan teknologi dan memiliki pengetahuan yang baik tentang penggunaan internet cenderung lebih terbuka terhadap perbankan digital. Dukungan yang diberikan oleh bank dalam mengatasi masalah teknis atau kekhawatiran nasabah terhadap perbankan digital juga berdampak pada sikap nasabah. Layanan pelanggan yang responsif dan efisien dapat membantu memperkuat sikap positif terhadap perbankan digital. Memahami faktor-faktor ini dan bagaimana mereka berinteraksi dengan sikap nasabah dapat membantu bank dan penyedia layanan keuangan lainnya dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mendorong adopsi perbankan digital yang lebih luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Belinda Calista Donabella, Asfi Manzilati (2022), yang memperoleh hasil penelitian bahwa bahwa sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital.

Pengaruh Perilaku Nasabah (X1) Terhadap Perbankan Digital (Y)

Berdasarkan hasil statistik, variabel sikap nasabah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital. Artinya semakin kuatnya sikap yang dilakukan oleh nasabah, maka akan meningkatkan potensi pemilihan perbankan digital. Perilaku nasabah adalah studi tentang bagaimana individu membuat keputusan untuk menghabiskan sumber daya mereka, memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, dan memilih produk dan jasa di pasar. (Schiffman & Kanuk, 2014) Perilaku nasabah merujuk pada tindakan, keputusan, dan pola interaksi yang dilakukan oleh individu atau kelompok ketika berinteraksi dengan lembaga keuangan atau produk keuangan tertentu. Perilaku nasabah mencakup berbagai aspek, mulai dari cara mereka menggunakan produk dan layanan keuangan, hingga cara mereka merespons perubahan pasar atau kebijakan perbankan. Nasabah merespons perubahan pasar, kebijakan perbankan, atau perubahan kondisi keuangan pribadi dengan cara yang berbeda-beda. Misalnya, mereka dapat menyesuaikan strategi investasi mereka atau mengubah cara mereka mengelola utang jika terjadi perubahan signifikan dalam tingkat suku bunga. Nasabah dapat menunjukkan perilaku yang berbeda-beda terkait dengan kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur lembaga keuangan, seperti mengikuti pedoman keamanan saat menggunakan layanan perbankan online atau mematuhi persyaratan pembayaran kredit. Memahami perilaku nasabah penting bagi lembaga keuangan dalam merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah. Analisis perilaku nasabah juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis, seperti dalam pengembangan produk baru atau perubahan kebijakan perbankan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasbi Assidiki

Mauluddi (2020), yang memperoleh hasil penelitian bahwa bahwa perilaku nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perbankan digital.

SIMPULAN

Penelitian ini menggambarkan bahwa Preferensi Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perbankan Digital. Preferensi nasabah memiliki dampak besar terhadap pengembangan dan adopsi perbankan digital. Dengan memperhatikan preferensi nasabah, bank dapat mengembangkan dan meningkatkan platform perbankan digital mereka sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat membantu bank dalam memperluas pangsa pasar, meningkatkan retensi nasabah, dan menciptakan keunggulan bersaing dalam industri perbankan digital. Penelitian ini menggambarkan bahwa Sikap Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perbankan Digital. Sikap nasabah terhadap perbankan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi, penggunaan, dan pengembangan layanan perbankan digital. Dengan memperhatikan sikap nasabah terhadap perbankan digital, lembaga keuangan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pengguna, dan menciptakan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Ini membantu mempercepat pertumbuhan dan adopsi perbankan digital serta memperkuat posisi bank dalam industri yang semakin terhubung secara digital. Penelitian ini menggambarkan bahwa Perilaku Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perbankan Digital. Perilaku nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan, adopsi, dan penggunaan perbankan digital. Dengan memperhatikan perilaku nasabah terhadap perbankan digital, lembaga keuangan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pengguna, dan menyesuaikan layanan mereka dengan preferensi dan kebutuhan nasabah. Ini membantu dalam meningkatkan adopsi perbankan digital, memperkuat loyalitas nasabah, dan memperluas pangsa pasar di era digital yang semakin berkembang.

Referensi :

- Amriani, A., Mas'ud, M., & Amang, B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Inklusi Keuangan Digital Pada Generasi Millennial di Kota Makassar. *Journal on Education*, 5(4), 15637-15651.
- Andayani, N., Modding, B., & Mahmud, A. (2020). Pengaruh Persepsi, Layanan Dan Keamanan Sistem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi Mobile Banking. *Tata Kelola*, 7(2), 193-200.
- Ayuningtyas, M., & Sufina, L. (2023). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking, Internet Banking, dan Atm terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Kasus Sektor Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) Tahun 2017-2021. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(2), 119-130.
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. U. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS ShopeePay pada Mahasiswa S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 61-67.
- Fadhilah, N., Mallongi, S., & Zakaria, D. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Pare-Pare KCP Barru. *YUME: Journal of Management*, 3(2).
- Hatmawan, A. A., & Widiasmara, A. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat pada

perilaku nasabah menabung di perbankan syariah dengan agama sebagai variabel kontrol. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 5(2), 101-112.

- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International journal of bank marketing*, 36(2), 230-255.
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32-41.
- Rahman, Y., Tjan, J. S., Kalsum, U., Nurwanah, A., & Plyriadi, A. (2021). Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Kemampuan Mahasiswa Akuntansi untuk Berkarir di Bidang Pajak (Studi Kasus Universitas Muslim Indonesia). *Center of Economic Students Journal*, 4(3), 237-247.
- Ramadhona, S. S. (2023). Analisis Sistem Penggunaan Dan Kemanfaatan Emoney Sebagai Alat Transaksi Setelah Masa Pandemi Covid-19 (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia: indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70-80.
- Reihandho, M. I., & Fajarwati, D. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Perbankan Digital di Indonesia: indonesia. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 70-80.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 160-177.
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di mata UMKM: eksplorasi persepsi dan intensi UMKM menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(9), 921-946.
- Suganda, R. (2023). Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 677-683.
- Susanto, D., Anwari, M. K., Supriadi, F., & Sucipto, S. (2023). Determinan Faktor Keinginan UMKM Untuk Menggunakan Layanan Fintech Syariah; Studi Kasus UMKM Pontianak, Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1509-1516.
- Usman, A. F., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Terpilih Di Indonesia Pasca Spin Off. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 130-143.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295-314.