

Literatur Review Pengaruh Pengalaman Mobile Banking Dan Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Indonesia

Sheren Angguista¹, Angeline², Hommy Dorthy Ellyany Sinaga³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Prasetya

sherenanguista@gmail.com , angelineaza6@gmail.com , omisinaga@gmail.com

Corresponding Author : omisinaga@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman *Mobile Banking* dan *Persepsi Keamanan* terhadap *Loyalitas Nasabah* di Indonesia melalui metode pendekatan yaitu *Systematic Literature Review (SLR)* yang kualitatif dengan adanya pendekatan ini yang dapat mengkaji berbagai jurnal dan artikel ilmiah relevan dalam 10 tahun terakhir. Hasil kajian ini *Mobile Banking* dan *Persepsi Keamanan* memberikan pengaruh yang lebih kuat dan signifikan terhadap *Loyalitas Nasabah*. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan *Mobile Banking* serta sistem *Persepsi Keamanan* yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan Loyalitas Nasabah di era digital.

Kata Kunci: *Mobile Banking, Persepsi Keamanan, Loyalitas Nasabah*

PENDAHULUAN

Dalam era digital mobile banking telah menjadi salah satu inovasi terdepan dalam industri perbankan, memberikan kenyamanan tanpa batas bagi konsumen untuk mengakses layanan keuangan mereka. Tetapi, terdapat kekhawatiran yang mendasar mengenai keamanan data dan informasi pribadi seperti ancaman peretasan, phishing, dan kerentanan aplikasi merupakan isu-isu yang menjadi fokus utama dalam penggunaan mobile banking. Menurut Septiani et al. (2024), kepuasan konsumen juga menjadi pertimbangan krusial, karena tingkat kenyamanan, responsivitas layanan, dan kejelasan informasi dapat memengaruhi bagaimana konsumen merasa terhadap pengalaman mereka dengan mobile banking. Oleh karena itu, perlu untuk mengidentifikasi bagaimana faktor keamanan dan kepuasan pengguna berperan dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap mobile banking. Dengan adanya pemahaman ini penyedia layanan mobile banking dapat meningkatkan strategi mereka untuk membangun kepercayaan, meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat kesetiaan pengguna terhadap platform mobile banking mereka. Mobile banking juga merupakan salah satu fasilitas transaksi perbankan dengan kemudahan akses maupun kecepatan memperoleh informasi terkini dan transaksi secara real time dan dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui telepon seluler. Layanan mobile banking ini merupakan salah satu saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui sarana ponsel atau smartphone Akob (2022).

Bagi nasabah persepsi keamanan data sangat penting untuk melindungi dan mengawasi informasi, termasuk data pribadi nasabah, dari ancaman dunia maya seperti pencurian atau peretasan data, yang dapat membocorkan data nasabah. Salah satunya adalah mobile banking yang dapat memungkinkan orang untuk melakukan kejahatan seperti pencurian data nasabah atau peretasan selama proses transaksi. Ketika nasabah memberikan datanya maka harus dipastikan bahwa orang yang mengambil data tersebut tahu apa yang akan dilakukan dengan data tersebut dan siapa yang dapat mengaksesnya, seperti yang dinyatakan dalam peraturan privasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Cristiana et al.(2025) dan Yani et al.(2026), yang mengatakan bahwa nasabah harus yakin bahwa bank dapat melindungi data pelanggan saat mereka melakukan transaksi online dari orang yang melakukan kejahatan dan harus lebih memperhatikan keamanan transaksi digital karena berbagai ancaman seperti phishing, kode QR palsu, social engineering, dan potensi pencurian saldo secara online. Seperti dalam setiap bentuk ketidakamanan, seperti kegagalan transaksi, keterlambatan proses settlement, atau perbedaan saldo antar aplikasi, dapat secara signifikan menurunkan kepercayaan pengguna.

TINJAUN PUSTAKA

Pengalaman Mobile Banking

Pengalaman mobile banking merupakan persepsi nasabah setelah menggunakan layanan perbankan digital, yang mencakup kemudahan, kenyamanan, dan efektivitas dalam bertransaksi. Dari sudut pandang konsumen, mobile banking adalah aplikasi yang mudah digunakan karena ingin memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi apapun. Dikarenakan pada zaman sekarang ini, hampir semua orang memiliki mobile banking tersebut, meskipun layanan mobile banking dianggap bermanfaat dan tidak semua orang mengerti dalam hal menggunakan mobile banking tersebut Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra (2024). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rohana et al.(2024) dan Arry Dwi Handoko1.(2020), menemukan bahwa mobile banking adalah suatu perangkat yang dimana nasabah atau konsumen harus selalu berinteraksi dengan bank melalui akses digital, dan mobile banking juga salah satu tempat layanan atau inovasi layanan yang membawa konsumen untuk mengakses layanan keuangan melalui digital atau sektor perbankan agar memungkinkan nasabah untuk dapat mengakses layanan keuangan mereka dengan baik dengan menggunakan smartphone.

Menurut Fadlan (2018), dalam jurnal Fajria (2023), faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan mobile banking antara lain:

1. Kemudahan akses

Nasabah akan sangat mudah mengakses sistem layanan secara online melalui media mobile banking.

2. Keamanan sistem mobile banking

Menjadi faktor utama bagi nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking.

3. Kecepatan koneksi jaringan

Nasabah memiliki kebutuhan yang lebih sehingga aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi pada sistem perbankan.

4. Kehandalan layanan

Transaksi keuangan pada mobile memiliki layanan 24 jam (tanpa batas waktu).

Indikator Mobile Banking:

Menurut Siregar et al.(2025), indikator mobile bankig yang dipakai dalam penelitian :

1. Memetakan bukti empiris hubungan kualitas layanan.
2. Kepuasan/kepercayaan.
3. Loyalitas pada kohor Gen Z.
4. Mengidentifikasi variabel moderasi/mediasi yang konsisten di literatur.

Persepsi Keamanan

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan seperti : melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimannya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti. Sedangkan keamanan mengetahui dan mencegah adanya penipuan yang dimana mendapatkan informasi yang tidak memiliki arti fisik Margaretha Oktavia Pranoto, (2020). Dalam penelitian Santalia et al.(2024) dan Arry Dwi Handoko (2020), menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki kemampuan untuk melindungi atau menjaga informasi dan data nasabah atau konsumen dari ancaman dan penyalahgunaan sehingga data nasabah atau konsumen tetap aman. Dan persepsi keamanan menjadu salah satu komitmen dalam perlindungan yang melindungi dari bahaya atau ancaman sebagai tingkat keyakinan yang menjamin seseorang atas terjaminnya keamanan informasi data pribadi mereka.

Indikator Persepsi Keamanan :

Menurut Yani et al.(2026), indikator persepsi keamanan yang dipakai dalam penelitian :

1. Memiliki Rasa aman dalam bertransaksi.
2. Penggunaan HTTPS/TLS.
3. Uji keamanan system.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas Nasabah (Loyalitas Pengguna) menjadi salah satu faktor penting bagi pengguna yang menggunakan mobile banking sehingga membuat para pengguna merasa puas dalam menggunakan mobile banking. Dalam jurnal penelitian yang di lakukan oleh Santalia et al. (2024) dan Sari et al. (2021), menemukan bahwa Loyalitas nasabah adalah sebuah komitmen nasabah atau konsumen untuk terus membeli produk dari penyedia yang sama meskipun ada kemungkinan nasabah atau untuk berpindah ke suatu produk tersebut. Dan dimana tingkat nasabah atau konsumen terhadap kesetiaan atau keterikatan seseorang terhadap dengan suatu produk, merek, layanan, atau organisasi.

Indikator Loyalitas Nasabah :

Menurut Griffin (2005) dalam jurnal Safitri & Widyastuti (2023), indikator loyalitas nasabah diantaranya sebagai berikut :

1. Re-purchase atau pembelian secara konsisten.
2. Melakukan pembelian antar lini produk maupun jasa.
3. Menggambarkan penolakan ketika terdapat tawaran produk dari kompetitor.
4. Merekomendasikan kepada sekitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi literatur, yang memiliki tujuan agar mengetahui dan menelaah *Pengaruh Pengalaman Mobile Banking dan Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia*. Studi literatur ini memiliki kajian teoretis, kepustakaan serta bermacam karya ilmiah, biasanya data yang terkumpul bersifat deskriptif yang diperoleh melalui bermacam jurnal, artikel, situs web yang terpilih karena terdapat kesamaan pada topik studi, kualitas akademik serta kesamaan konsep yang digunakan dan dalam data tersebut membahas yang membahas *Mobile Banking*, *Keamanan dan Loyalitas Nasabah*. Artikel-artikel ini dipilih berdasarkan relevansi dengan variabel penelitian dan telah diterbitkan dalam waktu sepuluh tahun terakhir. Selain itu, artikel-artikel ini juga berasal dari sumber yang kredibel, seperti jurnal yang terindeks secara nasional dan internasional. Pada proses analisis data memiliki beberapa tahap yaitu : identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis literatur. Pada tahap pertama, peneliti mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik penelitian; kemudian, sumber yang paling relevan dipilih dalam tahap seleksi. Kemudian pada langkah terakhir, sintesis dilakukan dengan menggabungkan hasil dari berbagai penelitian untuk menghasilkan kesimpulan yang menyeluruh tentang hubungan antara Mobile Banking, Keamanan dan Loyalitas Nasabah. Dalam Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran teoritis yang mendalam serta memperkuat pemahaman tentang unsurunsur yang memengaruhi pengalaman pengguna dalam menggunakan Mobile Banking dan Keamanan dalam Loyalitas Nasabah. Menurut Fatmariyah et al. (2021), jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode Systematic Literature Review/Review Artikel Terstruktur dan metode Review ini dilakukan melalui penelusuran literatur yang berasal dari database Google Cendekia, Portal Garuda dan Google.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori yang telah dilakukan melalui literature review, maka dapat kita rumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H₁ : Pengaruh Pengalaman **“Mobile Banking”** secara parsial berpengaruh positif dan signifikan **terhadap” Loyalitas Nasabah“** di Indonesia.

H₂ : **“Persepsi Keamanan”** secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap **“Loyalitas Nasabah “** di Indonesia.

H₃ : Pengaruh Pengalaman **“Mobile Banking”** dan **“Persepsi Keamanan ”** secara simultan berpengaruh positif dan signifikan **“Loyalitas Nasabah “** di Indonesia.

Tabel 1. Perbandingan Jurnal dengan Hasil Penelitian

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian Jurnal	Persamaan Dengan Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Hasil Penelitian
1	Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, (2024)	Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan MBanking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim)	Dalam hasil penelitian yang di lakukan menunjukkan bahwa kualitas pengalaman nasabah dan layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Mobile Banking secara positif dan signifikan.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan dalam variabel pengalaman Mobile Banking yg berpergaruh terhadap Loyalitas Nasabah.	Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel Persepsi Keamanan dalam penggunaan / pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.

2	Irawati et al (2025)	Pengaruh User Interface dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Produk Easy Wadiah BSI Mobile Banking	Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa user interface dan user experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam mobile banking.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan dalam variabel User Experience (pengalaman pengguna) Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.	Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel User Interface dalam penggunaan / pengalaman Loyalitas Nasabah pada Mobile Banking.
3	Rafli & Yunanto (2024)	Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri	Dalam hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah. Sebaliknya, pengalaman mobile banking berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, kepuasan nasabah mampu memediasi secara signifikan dan positif pengaruh kualitas layanan dan pengalaman mobile banking terhadap loyalitas nasabah, sehingga kepuasan menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas.	Dalam penelitian ini Pengalaman memiliki persamaan dalam variabel Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.	Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel Persepsi Keamanan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah.
4	Velika et al (2025)	The Impact Of User Experience And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In BCA Mobile Banking	Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengalaman yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi tingkat loyalitasnya. Selain itu, pengaruh tersebut juga semakin kuat melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi, sehingga pengalaman yang baik mampu meningkatkan loyalitas baik secara langsung maupun tidak langsung.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan variabel mengenai Pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.	Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel dan Customer Satisfaction terhadap Loyalitas Nasabah pada Mobile Banking.
5	Cristiana et al (2025)	Pengaruh Pengalaman	Dalam hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman	Persamaan dalam	Dalam penelitian ini tidak

		Nasabah, Kemudahan Akses dan Keamanan Bertransaksi Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah	mobile banking telah terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga semakin baik pengalaman yang dirasakan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking, maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.	penelitian ini adalah membahas variabel yang sama yaitu Pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.	menggunakan variabel kemudahan akses dalam Pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.
6	Paradisha et al (2025)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan Minat dan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi	Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki pengaruh positif dan signifikan. Persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, dan keamanan terbukti meningkatkan minat pengguna mobile banking. Sedangkan, minat pengguna berpengaruh positif terhadap kepuasan, dan kepuasan pengguna berperan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dan secara keseluruhan, pengalaman dalam menggunakan mobile banking memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, karena pengalaman tersebut tercermin dari kemudahan, manfaat, keamanan, minat, hingga kepuasan yang dirasakan pengguna.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel persepsi keamanan terhadap loyalitas nasabah / pengguna.	Perbedaan penelitian ini adalah tidak menggunakan variabel kemudahan, penggunaan, dan manfaat terhadap minat dan kepuasan bagi pengguna sebagai variabel mediasi.
7	Rahimah, (2023)	Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif terhadap Loyalitas melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking	Dalam Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking, sementara ketersediaan fitur tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Namun, dalam membentuk loyalitas pengguna, hanya persepsi keamanan yang terbukti berpengaruh langsung dan signifikan. Norma subjektif dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, baik secara langsung maupun melalui keputusan penggunaan sebagai variabel intervening. Dengan demikian, faktor keamanan menjadi aspek paling penting dalam meningkatkan keputusan penggunaan sekaligus loyalitas pengguna mobile banking.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel persepsi keamanan terhadap loyalitas nasabah / pengguna.	Dalam penelitian ini memiliki perbedaan yaitu tidak membahas mengenai ketersediaan fitur, norma subjektif.
8	Siregar et al (2025)	Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap	Dalam hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa secara parsial Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel	Dalam penelitian ini memiliki perbedaan variabel yaitu tidak menggunakan

		Loyalitas Nasabah : Studi Kasus Serangan Siber di Bank Syariah Indonesia		persepsi keamanan terhadap loyalitas nasabah / pengguna.	variabel kepercayaan.
9	Wardani, Dewi Kusuma (2022)	Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking dengan Kepercayaan (Trust) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah E-Banking Bank BNI)	Dalam hasil penelitian tersebut menunjukkan persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Sedangkan Persepsi keamanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ebanking. Dan persepsi keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna ebanking melalui kepercayaan.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel persepsi keamanan terhadap loyalitas nasabah / pengguna.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah tidak menggunakan variabel EBanking dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.
10	Mantha et al (2024)	Customer loyalty in banking sector : a study from relationship marketing perspective	Dalam hasil menunjukkan bahwa persepsi keamanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, melainkan melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Artinya, persepsi keamanan tetap memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, namun secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan nasabah.	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel loyalitas nasabah / pengguna, dan didalam jurnal tersebut juga membahas mengenai variabel persepsi keamanan.	Dalam penelitian ini memiliki perbedaan yaitu tidak membahas mengenai relationship marketing
11	(Sinaga, Hommy Dorthy Ellyany (2023)	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna M-Banking Dengan Dimediasi Animo Transaksi (Studi Kasus Pada BCA KCP Asia Megamas)	Dalam hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengguna M-Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Animo Transaksi.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas variabel Mobile Banking	Perbedaan dalam penelitian ini tidak membahas variabel persepsi kemudahan, pengetahuan teknologi, dan kepercayaan.

PEMBAHASAN :**1. Pengaruh Pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia**

Berdasarkan hasil review terhadap jurnal ilmiah penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa pengaruh pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia memiliki pengaruh positif diantara keduanya. Dari beberapa jurnal yang didapati juga menunjukkan bahwa Pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah memiliki pengaruh positif pada pengguna yang menggunakan Mobile Banking, seperti dalam jurnal Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra (2024); Irawati et al. (2025); Velika et al. (2025) dan artikel dari Sinaga, Hommy Dorthy Ellyany (2023), telah menemukan bahwa Pengalaman Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Dikarenakan semakin baik pengalaman yang dirasakan oleh nasabah maka akan semakin tinggi loyalitasnya. Tidak hanya itu Mobile Banking memiliki peran besar, kuat dan nyaman bagi pengguna yang menggunakannya.

Dalam jurnal Rafli & Yunanto, (2024) menemukan bahwa pengalaman Mobile Banking tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dikarenakan pengalaman bagi pengguna masih belum cukup kuat untuk membuat nasabah tetap setia. Meskipun para pengguna merasa nyaman dalam menggunakan Mobile Banking tersebut. Dapat disimpulkan pada hipotesis pertama (H1) mengatakan bahwa pengalaman Mobile Banking cenderung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Meskipun pengalaman tersebut belum tentu membuat para nasabah menjadi loyal. Oleh karena itu dalam hipotesis pertama (H1) dapat diterima dikarenakan pengaruh diantara keduanya tidak selalu kuat di semua kondisi.

2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia

Berdasarkan hasil literature review telah menemukan bahwa pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dalam beberapa jurnal yang didapati juga menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, seperti : Mantha et al. (2024) ; Paradisha et al.(2025) ; Rahimah, (2023) ; Siregar et al. (2025), telah menemukan bahwa pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dikarenakan diantara keduanya memiliki peran, manfaat dan kemudahan bagi pengguna. Dan memiliki aspek yang penting dalam meningkatkan nasabah. Dalam jurnal yang diteliti oleh Wardani, Dewi Kusuma (2022), yang menemukan bahwa Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini dapat dilihat perbedaan yang menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dikarenakan adanya faktor lain.

Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) dapat didukung karena dari hasil literature review menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Meskipun terdapat beberapa penemuan yang mengatakan bahwa diantara kedua tersebut memiliki pengaruh yang secara tidak langsung. Oleh karena itu semakin tingginya pengaruh Persepsi Keamanan maka semakin tingginya Loyalitas Nasabah.

3. Pengaruh Pengalaman Mobile Banking dan Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia

Dalam semua kajian yang ada terhadap jurnal-jurnal yang meneliti kedua variabel secara bersamaan menunjukkan adanya kombinasi diantara pengaruh Mobile Banking dan Persepsi Keamanan yang memberikan dampak kuat bagi Loyalitas Nasabah. Apabila kedua variabel tersebut dibandingkan secara terpisah. Dalam jurnal Paradisha et al. (2025); Rahimah. (2023), telah menemukan bahwa bahwa pengaruh Mobile Banking dan Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh Mobile Banking dan Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia dalam hipotesis ketiga (H3) sangat kuat dan mendukung dikarenakan berdasarkan hasil literature review yang telah dilakukan dapat membuktikan bahwa Mobile Banking dan Persepsi Keamanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Tidak hanya itu, apabila kedua variabel tersebut diuji secara terpisah maka Mobile Banking akan semakin baik dalam penggunaan, Persepsi Keamanan akan semakin tinggi. Sehingga Loyalitas Nasabah juga akan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil literature review yang telah diteliti melalui beberapa jurnal yang membahas pengaruh pengalaman Mobile Banking dan Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah di Indonesia memiliki pengaruh besar dan positif diantara ketiga variabel tersebut. Tidak hanya itu, secara keseluruhan pengalaman Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah lebih cenderung berpengaruh positif dan signifikan meskipun pengaruhnya tidak selalu kuat. Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan. Tetapi dapat dilihat bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat, positif dan signifikan dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang ada diatas dapat disarankan bahwa pada pihak perbankan akan lebih baik memperhatikan kualitas pada layanan Mobile Banking terutama pada kemudahan, penggunaan, kecepatan sistem dan pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pada nasabah. Pada aspek Persepsi Keamanan juga perlu ditingkatkan karena baik dalam autentikasi berlapis dan enkripsi data agar nasabah dapat lebih waspada terhadap berbagai ancaman digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, R. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar*. 11(2), 269–283.
- Arry Dwi Handokol, R. (2020). *Pengaruh Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Mobile Banking*. 9(2), 79–91.
- Cristiana, I., Lesmana, C., & Hasbi, H. (2025). *Pengaruh Pengalaman Nasabah, Kemudahan Akses dan Keamanan Bertransaksi Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank X Cabang Otista*. 6(3), 2385–2396.
- Fajria, R. N. (2023). *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)*. 11(1), 58–72. <https://doi.org/10.32497/keunis.v11i1.3788>
- Fatmariyah, F., Ritonga, I., Latifah, L., & AS, F. (2021). *Praktek Relationship Marketing dalam Menciptakan Loyalitas pada Perbankan Syariah Indonesia: Systematic Literature Review*. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 14–26. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12912>
- Irawati, N. K., Wijaya, T., Islam, U., Raden, N., & Said, M. (2025). *Pengaruh Usert Interface Dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah*. 10(204), 619–638.
- Mantha, V. R. K. P. K., Chinnadurai, P., & Sankala, S. (2024). *Customer loyalty in banking sector : a study from relationship marketing perspective*. XXV, 5–12.
- Margaretha Oktavia Pranoto, R. G. (2020). *Minat Nasabah Menggunaka Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran)*. 8(2302), 1–9.
- Paradisha, S. M., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2025). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan Minat dan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi*. 5(April).
- Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia p – ISSN : 2541-0849 Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri*. 9(5).
- Rahimah, A. (2023). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking Agung Nugroho Lutfi Imam Fahrudi*. 8, 217–231.
- Rohana, L., Irmalis, A., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Imam Bonjol Meulaboh*. 3(1), 89–100. <https://doi.org/10.55123/mamen.v3i1.3103>
- Safitri, V. N., & Widyastuti, E. (2023). *Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Customer Experience, Word Of Mouth Dan Kualitas Layanan Mobile*. 3(1), 71–82.
- Santalia, A., Adha, M. A., & Adi, S. P. (2024). *Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 09(02), 327–340. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1801>
- Sari, M. A., Aminah, I., & Redyanita, H. (2021). *Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok)*. *Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 97–106. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i2.3601>
- Septiani, A. P., Alam, I. A., Lampung, U. B., & Septiani, A. P. (2024). *Mobile Banking Studi Kasus Bank BRI Unit*. 4(3), 258–277.
- Sinaga, Hommy Dorthy Ellyany, N. (2023). *Analisi Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna M-Banking Dengan Dimediasi Animo Transaksi (Studi Kasus Pada BCA KCP Asia Megamas)*. 724–740.
- Siregar, D. A., Sinaga, L. D., Jelika, R., Br, R., & Parhusip, W. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah Generasi Z*. 10.
- Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, T. A. (2024). *Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan MBanking Terhadap Loyalitas Nsabab Bank Syariah Indonesia*. 10(01), 1216–1220.
- Velika, Y. 2025, Adnas, D. A. 2025, Batam, U. I., Ladi, B., Indah, T., Batam, K., Riau, K., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2025). *The Impact Of Uset Experience And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In BCA Mobile Banking*. 7(2), 639–648.
- Wardani, Dewi Kusuma, A. R. F. (2022). *Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank BNI)*. 1(8), 1665–1672.
- Yani, R., Shofia, A., & Satria, T. F. (2026). *Analisis Hubungan Perlindungan Privasi dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Nagari Pada Penggunaan QRIS di Kota Padang*. 5(1), 11–19.