

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini, persaingan bisnis antara perusahaan semakin ketat di pasar domestik maupun internasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas. Salah satunya pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan teknologi informasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang membuat nasabah mempunyai banyak pandangan pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan. Dengan semakin berkembang dan kompleksnya fasilitas yang diterapkan perbankan untuk memudahkan pelayanan, itu berarti semakin beragam dan kompleks teknologi yang dimiliki oleh suatu bank. Kebanyakan dari nasabah menginginkan suatu pelayanan yang bersifat sederhana dan praktis.

Mobilitas dan tuntutan hidup yang semakin tinggi meminta untuk melakukan transaksi perbankan secara cepat dimana saja, teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan, salah satu bentuk penggunaan teknologi informasi yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan salah satu wujud dari kemajuan perkembangan teknologi. Dengan tujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel seluler. Dengan di dukungnya teknologi yang semakin canggih dan teknologi tersebut mampu dimanfaatkan oleh industri perbankan maka aktivitas perbankan kini dapat dilakukan bermodalkan telepon seluler yaitu dengan fasilitas *mobile banking*. Fasilitas layanan ini sangat membantu kebutuhan nasabah yang memiliki

mobilitas dan kesibukan yang cukup tinggi, disamping itu dengan adanya fasilitas *mobile banking* maka nasabah akan merasa lebih efektif dan efisien.

TABEL 1.1

TOP BRAND INDEX 2021 – 2024 PENGGUNA MOBILE BANKING

2021		2022		2023		2024	
Produk	TBI	Produk	TBI	Produk	TBI	Produk	TBI
BNI Mobile	14,00%	BNI Mobile	11,20%	BNI Mobile	11,30%	BNI Mobile	9,40%
m-BCA	47,50%	m-BCA	47,40%	m-BCA	47,90%	m-BCA	52,20%
Livin My Mandiri	12,90%	Livin My Mandiri	12,90%	Livin My Mandiri	13,00%	Livin My Mandiri	11,50%
Brimo	17,00%	Brimo	19,40%	Brimo	19,80%	Brimo	18,50%
CIMB Niaga Mobile	4,10%	CIMB Niaga Mobile	3,80%	CIMB Niaga Mobile	4,20%	CIMB Niaga Mobile	3,30%

Sumber : *top-brand-award.com*

Berdasarkan data yang ditampilkan pada tabel di atas mengenai persentase penggunaan layanan *Mobile Banking*, dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan signifikan dalam penggunaan aplikasi BNI *Mobile Banking* pada tahun 2024. Persentase penggunaannya tercatat hanya mencapai angka 9,40%, yang menunjukkan penurunan cukup tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Penurunan ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain

karena masih adanya keterbatasan pada fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi tersebut. Beberapa fitur dianggap belum mampu memenuhi kebutuhan nasabah secara maksimal, dan masih tertinggal dari inovasi yang ditawarkan oleh aplikasi *Mobile Banking* milik bank lain. Selain itu, seringnya terjadi kendala teknis seperti *error* dan gangguan sistem juga menjadi penyebab menurunnya tingkat kepuasan serta loyalitas nasabah terhadap layanan digital BNI tersebut.

Menyadari tantangan tersebut, Bank BNI mengambil langkah strategis untuk melakukan transformasi digital dalam rangka meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Sebagai bentuk inovasi dan upaya untuk tetap kompetitif di industri perbankan, BNI meluncurkan sebuah aplikasi *Super Apps* yang diberi nama Wondr by BNI pada tanggal 5 Juli 2024. Aplikasi ini dihadirkan sebagai solusi digital yang lebih menyeluruh dan terpadu dalam melayani kebutuhan finansial para nasabah. Wondr by BNI menawarkan beragam fitur unggulan dan produk keuangan yang lebih lengkap, salah satunya adalah layanan investasi yang memungkinkan pengguna untuk mengelola keuangannya secara lebih efektif dan optimal. Dengan kehadiran aplikasi ini, diharapkan kegiatan perbankan digital menjadi lebih efisien, nyaman, dan relevan dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan nasabah masa kini. Bank BNI juga melakukan perubahan pada tampilan *mobile banking* sebelumnya yang menjadi lebih simpel dan praktis yang mudah dipahami oleh nasabah.

Bank Negara Indonesia (BNI) mencatatkan pertumbuhan yang sangat signifikan terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* terbaru mereka, yaitu Wondr by BNI. Sejak peluncurannya, aplikasi ini menunjukkan kinerja yang

menjanjikan dengan jumlah pengguna yang meningkat sebesar 14,8%, mencapai total 17,9 juta pengguna. Tak hanya dari segi jumlah pengguna, nilai transaksi yang dilakukan melalui aplikasi ini juga mengalami lonjakan yang cukup besar, yakni naik sebesar 26,2% hingga mencapai total transaksi senilai Rp1.104 triliun. Pertumbuhan ini mencerminkan antusiasme dan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital yang ditawarkan BNI melalui platform Wondr by BNI. Menariknya, sekitar 70% dari total nasabah tabungan BNI tercatat aktif menggunakan aplikasi ini dalam aktivitas perbankan mereka. Capaian ini menjadi indikator kuat bahwa Wondr by BNI mampu mengadopsi kebutuhan nasabah dalam era digital, sekaligus menjadi ujung tombak transformasi layanan perbankan digital BNI ke depannya. (Dikutip dari www.kontan.co.id yang diakses pada tanggal 27 Oktober 2024). Dari permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan memilih judul skripsi "Faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara" sebagai tugas akhir.

Menurut Alfirio & Nazmi (2021), konsep *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan upaya yang signifikan. Dalam konteks layanan digital perbankan seperti Wondr by BNI, persepsi ini sangat relevan, karena pengguna cenderung mengadopsi aplikasi jika mereka merasa dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat dan efisien. Nasabah hanya perlu melakukan beberapa klik dan mengetik data selama 1–2 menit untuk menyelesaikan transaksi, ini jauh lebih mudah dibandingkan dengan sistem konvensional yang mengharuskan mereka datang langsung ke bank. Oleh karena itu, kemudahan akses dan operasional aplikasi

Wondr by BNI menjadi faktor penting dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Terdapat *research gap* antara penelitian Suryani & Ramdhani, (2022) dan Amalia & Hastriana (2022). Menurut Suryani & Ramdhani (2022), bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, menurut Amalia & Hastriana (2022), bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan yang dapat membuat nasabah lebih puas pada layanan yang diberikan. Hasil yang bertolak belakang ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang memerlukan kajian lebih lanjut. Maka dari itu, penelitian ini memilih persepsi kemudahan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam penggunaan Wondr by BNI.

Keamanan merupakan aspek krusial dalam sistem informasi, terutama di sektor perbankan yang menangani data bersifat sangat rahasia. Menurut Ariani (2022), menjelaskan bahwa keamanan informasi berperan dalam mencegah maupun mendeteksi adanya tindakan penipuan dalam sistem digital, di mana informasi tidak memiliki bentuk fisik namun bernilai tinggi. Persepsi terhadap keamanan ini sangat memengaruhi kepercayaan nasabah, khususnya dalam penggunaan *Mobile Banking*. Ketika terjadi pemberitaan negatif terkait isu keamanan, dapat menurunkan kepercayaan dan minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Menurut Hanum & Wiwoho (2023), menekankan bahwa jaminan keamanan, baik dalam perlindungan data maupun transaksi digital, merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan dan mendorong minat penggunaan layanan digital perbankan. Oleh karena itu, persepsi keamanan memainkan peran

penting dalam pengaruh terhadap kepuasan nasabah melalui minat pengguna Wondr by BNI.

Dari penelitian sebelumnya, yang dilakukan Ramdhan & Anggraeni (2022) dan Sahroni & Wailmi (2025), memiliki hasil yang berbeda. Dari penelitian Ramdhan & Anggraeni (2022), menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, penelitian yang dilakukan Sahroni & Wailmi (2025), menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil yang berbeda menunjukkan bahwa ada kesenjangan penelitian yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Maka dari itu, penelitian ini memilih persepsi keamanan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan Wondr by BNI.

Persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan individu dalam menggunakan sistem tertentu, akan meningkatkan kinerjanya. Definisi dari kata bermanfaat yaitu mampu digunakan secara menguntungkan. Jika suatu sistem memiliki kegunaan yang dipersepsikan tinggi maka pengguna juga akan percaya bahwa kinerjanya akan tinggi Khofsoh (2020). Dengan kata lain, persepsi manfaat adalah nasabah dapat merasakan kegunaan dalam sistem dan percaya bahwa sistem tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menunjukkan adanya penggunaan yang meningkat ketika pengguna mendapatkan keuntungan dari penggunaan teknologi tersebut. Dan serangkaian keunggulan yang ditawarkan, bank menginginkan agar produknya tersebut memberikan banyak manfaat untuk nasabah. Perlu adanya survei dan pengujian apakah manfaat yang telah disediakan benar-benar dapat dengan maksimal diterima oleh nasabah dan membuat nasabah setia menggunakan layanan *Mobile Banking* dalam transaksi keuangan.

Dalam penelitian persepsi manfaat antara Kasimun et al., (2023) dan Yusuf et al., (2021) memiliki hasil yang berbeda. Menurut Kasimun et al., (2023) persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah untuk menggunakannya. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Yusuf et al., (2021), menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil yang berbeda ini menunjukkan bahwa ada kesenjangan

penelitian (*research gap*), yang memerlukan penelitian yang lebih lanjut. Maka dari itu, penelitian ini memilih persepsi manfaat sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna Wondr by BNI.

Menurut Atieq & Nurpiani (2022), menjelaskan minat merujuk pada seluruh proses gerakan, termasuk situasi yang mendorong, dorongan yang timbul dalam diri individu, tingkah laku ditimbulkannya, dan tujuan atau akhir dari gerakan atau perbuatan. Secara umum, minat adalah keinginan seseorang dalam diri untuk bisa memiliki atau menggunakan objek tertentu. Oleh karena itu, minat seseorang tidak bisa dipaksakan dan ditentukan oleh orang lain melainkan diri mereka sendiri, tetapi minat seseorang bisa diketahui orang lain dengan melihat perilaku seseorang tersebut. Suatu minat akan dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang akan menunjukkan hal suatu yang menyukai dan dapat pula memanifestasikan melalui partisipan dalam suatu aktivitas. Minat terhadap subyek tertentu cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar dari subjek tertentu. Minat tidak dapat dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh ketika waktu sudah berlangsung maka dari itu perusahaan harus mampu mengetahui minat seseorang tersebut dengan membaca situasi atau perkembangan tempat tinggal mereka yang kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan atau mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh sesuatu kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi (Atieq & Nurpiani, 2022).

Kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan harapan nasabah pada kinerja produk. Kepuasan nasabah tergantung pada kinerja produk dalam memberi nilai, secara keseluruhan terhadap keinginan nasabah (Jeany, 2020). Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan nasabah. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya nasabah yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka peran kepuasan nasabah sangat penting bagi perusahaan, kepuasan nasabah telah dianggap sebagai penentu dasar perilaku konsumen jangka panjang. Nasabah yang puas, rasa puas yang terbentuk tidak hanya akan berdampak pada perilaku saat ini, tetapi juga berdampak pada perilaku dan sikap pada masa mendatang. Komitmen jangka panjang dan loyalitas dapat

terbentuk jika nasabah puas secara terus menerus atas produk atau jasa yang diterima.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang dirasakan. Dalam konteks layanan digital perbankan seperti Wondr by BNI, kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh sejumlah faktor seperti persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, dan kualitas layanan. Kepuasan bukan hanya aspek ekonomi atau teknis, tetapi juga menyentuh nilai moral dan spiritual, terutama dalam konteks masyarakat Muslim.

Menurut Fianto et al. (2021) *Customer Satisfaction in Islamic Mobile Banking: The Role of Enjoyment, Security, Design and Application*, pelayanan yang berkualitas dan sesuai prinsip syariah memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Studi ini menekankan bahwa pengguna layanan mobile banking syariah mengharapkan bukan hanya fitur modern, tetapi juga nilai-nilai Islam seperti keadilan dan amanah dalam pengelolaan data serta dana.

Islam sangat menekankan pentingnya memberikan pelayanan yang adil, jujur, dan berkualitas, serta memenuhi hak-hak pelanggan. Hal ini tercermin dalam berbagai ayat Al-Qur'an yang bisa menjadi pedoman bagi penyedia layanan maupun nasabah dalam membangun interaksi yang bermakna dan etis. Sesuai dengan surah An-Nisa (4): 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah SWT menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa. (4):58).

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, kepuasan nasabah menjadi indikator utama keberhasilan suatu layanan, termasuk layanan keuangan digital seperti aplikasi Wondr by BNI. Berdasarkan kajian teoritis dan nilai-nilai Islami,

kepuasan nasabah tidak hanya ditentukan oleh aspek fungsional semata, seperti kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan, dan keamanan data, melainkan juga oleh dimensi etika dan spiritual yang lebih mendalam, sebagaimana terdapat dalam hadis berikut.

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya." (HR. Ahmad, Thabrani, dan Daruquthni)

Hadis ini mengajarkan bahwa nilai seorang Muslim tidak diukur dari banyaknya harta atau jabatan, tetapi dari sejauh mana ia memberikan manfaat kepada sesama manusia. Dalam konteks layanan digital seperti Wondr by BNI, ini berarti bahwa aplikasi dan sistem yang dikembangkan harus mempermudah hidup pengguna, memberikan keamanan, serta memberi manfaat nyata bagi pengelolaan keuangan mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah pengguna Wondr by BNI bukan hanya hasil dari performa sistem digital, tetapi juga merupakan refleksi dari penerapan nilai-nilai Islam dalam penyelenggaraan layanan. Ketika prinsip kejujuran, kemudahan, keamanan, dan manfaat benar-benar dijunjung tinggi, maka kepuasan bukan hanya tercapai secara teknis, tetapi juga membawa keberkahan dalam relasi antara penyedia layanan dan pengguna. Dalam pandangan Islam, kepuasan pelanggan yang diiringi dengan nilai etis dan spiritual bukan hanya berdampak pada keberhasilan dunia, tetapi juga bernilai ibadah yang akan membawa maslahat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Dari uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna Wondr By BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara Dalam Perspektif Islam**”

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

BNI sebagai salah satu bank nasional telah menyediakan layanan *Mobile Banking* untuk menjawab kebutuhan tersebut. Namun pada Juli 2024, BNI meluncurkan aplikasi Wondr by BNI sebagai respon atas keluhan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* sebelumnya yang dinilai kurang memuaskan. Di awal peluncurannya, aplikasi ini menunjukkan hasil positif, baik dari jumlah pengguna maupun nilai transaksi. Namun, memasuki awal tahun 2025, terjadi penurunan kembali dalam tingkat kepuasan dan penggunaan layanan. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah peningkatan awal hanya bersifat sementara, dan apakah faktor persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat aplikasi belum cukup kuat untuk membentuk kepuasan nasabah secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi kepuasan, dengan mempertimbangkan minat nasabah sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pertanyaan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
2. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap minat nasabah pada

pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?

3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
5. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
6. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
7. Bagaimana pengaruh minat nasabah terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
8. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
9. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
10. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
11. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara dalam

sudut pandang islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada perumusan masalah dan pertanyaan penelitian maka, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
2. Untuk menganalisis persepsi keamanan terhadap minat nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
3. Untuk menganalisis persepsi manfaat terhadap minat nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
4. Untuk menganalisis persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
5. Untuk menganalisis persepsi keamanan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
6. Untuk menganalisis persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
7. Untuk menganalisis minat nasabah terhadap kepuasan nasabah pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
8. Untuk menganalisis persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
9. Untuk menganalisis persepsi keamanan terhadap kepuasan nasabah melalui

minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?

10. Untuk menganalisis persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara?
11. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi pada pengguna Wondr by BNI di Kelapa Gading Jakarta Utara dalam sudut pandang islam

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan – tujuan tersebut maka penelitian diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi.

2. Bagi peneliti lain

Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian di bidang yang sejenis dan masalah yang sama di masa yang akan datang

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan informasi, masukan serta pemikiran pada

pihak perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan variabel – variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan nasabah melalui minat nasabah sebagai variabel mediasi.