Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi
https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie
Halaman : 145-159

PENGARUH KEMUDAHAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA BANK BCA DENGAN PERAN MEDIASI KUALITAS PELAYANAN

Muhammad Hilmi Firnanda[1*], Mirzam Arqy Ahmadi[2]
Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia[1,2]
Email : b100210549@student.ums.ac.id[1*] maa692@ums.ac.id[2]

Informasi

Volume : 2
Nomor : 1
Bulan : Januari
Tahun : 2025
E-ISSN : 3062-9624

Abstract

This research analyzes the influence of the convenience of service features on the decision to use Bank BCA by considering the mediating role of service quality. In the digital era, technological advances have enabled the creation of innovative services such as mobile banking which makes customer transactions easier. Using a quantitative method based on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), data from 100 BCA Bank customers in the Soloraya area was collected using a purposive sampling technique. The research results show that feature convenience has a significant influence on usage decisions, both directly and through service quality as a mediator. The limitations of this study are the small sample size and limited research locations, so the results need to be interpreted carefully in a broader context..

Keywords : *Kemudahan fitur, Keputusan pengguna, Kualitas pelayanan*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemudahan fitur layanan terhadap keputusan penggunaan Bank BCA dengan mempertimbangkan peran mediasi kualitas pelayanan. Dalam era digital, kemajuan teknologi memungkinkan terciptanya layanan inovatif seperti mobile banking yang mempermudah transaksi nasabah. Dengan menggunakan metode kuantitatif berbasis Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), data dari 100 nasabah Bank BCA di wilayah Soloraya dikumpulkan melalui teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan fitur berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, baik secara langsung maupun melalui kualitas pelayanan sebagai mediator. Keterbatasan penelitian ini adalah ukuran sampel yang kecil dan lokasi penelitian yang terbatas, sehingga hasilnya perlu diinterpretasikan dengan hati-hati dalam konteks yang lebih luas.

Kata Kunci : *Kemudahan fitur, Keputusan pengguna, Kualitas pelayanan*

A. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan industri bisnis dalam bidang jasa, semakin meningkatnya kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pengguna semakin tinggi pula kepercayaan terhadap penyedia layanan jasa tersebut. Hal ini diperkuat melalui maraknya berbagai Lembaga Bank

di Indonesia yang terus berlomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan demi mendapatkan kepercayaan pengguna atas jasa mereka. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan yang disediakan dapat menimbulkan rasa loyalitas, keputusan yang meyakinkan bagi pengguna dan membuka peluang untuk menarik ketertarikan pengguna baru (Guspul, 2014). Sektor perbankan terus meningkatkan kualitas pelayanannya sebagai upaya strategis untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada dan menarik minat nasabah baru, khususnya di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat (Ahmadi, 2023).

Adanya perkembangan teknologi, memberikan berbagai dampak pada setiap aspek kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Kemajuan teknologi tersebut, dapat berimplikasi kepada suatu aktivitas yang lebih mudah untuk dilaksanakan serta dapat meminimalisir pengeluaran biaya pada proses pelaksanaan kegiatan itu sendiri. Adapun salah satu contoh dari kemajuan teknologi terdapat pada penggunaan komputer yang dapat memudahkan serta memberikan efektivitas dalam bekerja (Bunga et al., 2016).

Dalam kemajuan era digital yang semakin berkembang, salah satu sektor yang memperlihatkan adanya kemajuan teknologi terdapat pada sektor perbankan. Dengan kemajuan pada era digital, dapat memberikan dampak baik serta buruk pada sektor perbankan. Dampak baik yang ditimbulkan dapat berupa adanya kemudahan akses yang dimiliki oleh para nasabah dalam penggunaan digital banking. Adapun kemajuan digital tersebut dapat memberikan tantangan yang dimana setiap industri perbankan perlu mempertahankan nasabah yang sudah ada serta menarik nasabah baru untuk mengganakan layanan suatu bank tersebut dengan menciptakan suatu inovasi (Tambunan1 et al., 2023). (Arlina Laras, 2024)Pada penelitian ini, penulis bertujuan untuk menganalisis terkait kemudahan fitur layanan yang muncul akibat dari adanya kemajuan teknologi terhadap keputusan penggunaan Bank BCA dengan peran mediasi kualitas pelayanan.

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia, dengan sejarah panjang yang dimulai sejak pendiriannya pada tahun 1957. Sebagai lembaga keuangan yang melayani jutaan nasabah, BCA telah menjadi simbol stabilitas dan inovasi di sektor perbankan nasional. Bank ini dikenal dengan komitmennya terhadap pengembangan teknologi dan layanan digital yang memberikan kenyamanan bagi para nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Dalam beberapa dekade terakhir, BCA telah mengalami transformasi signifikan, beralih dari layanan perbankan konvensional menjadi pemimpin dalam industri perbankan digital. Inovasi seperti mobile banking, internet

banking, dan layanan perbankan berbasis aplikasi menjadi salah satu kekuatan utama BCA dalam menghadapi tantangan ekonomi modern dan persaingan di pasar.

Meskipun terdapat tantangan-tantangan baru yang muncul akibat kemajuan era digital, bank BCA mengalami beberapa kenaikan nilai transaksi dari setiap tahunnya. Pada tahun 2023/kuartal III, bank BCA tercatat sebagai bank yang memiliki penggunaan mobile banking tertinggi. Pada tahun tersebut, terhitung sejumlah 30,8 juta pengguna yang artinya naik sekitar 23% (Arlina Laras, 2023). Kemudian pada tahun 2024/kuartal I, pengguna mobile banking bank BCA tercatat meningkat sejumlah 9% dari tahun sebelumnya (Arlina Laras, 2024). Peningkatan pengguna mobile banking BCA merupakan bentuk kepuasan konsumen melalui peningkatan layanan baik berupa fisik atau tampilan mobile banking maupun berbagai materi komunikasi (Palupi Permata Rahmi et al., 2023).

Sebelumnya sudah ditemukan beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tema terkait kemudahan fitur, kualitas Pelayanan dan keputusan penggunaan. Menurut (Hardana et al., 2022) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Bank oleh pengguna nasabah. Penelitian yang dilakukan (Arius Juliansya, 2018) mengatakan bahwa adanya kemudahan serta fitur layanan dapat mempengaruhi penggunaan nasabah. Akan tetapi, (Palupi Permata Rahmi et al., 2023) berpendapat bahwa kemudahan tidak mempengaruhi nasabah dalam penggunaan mobile banking. Pada penelitian ini, penulis berupaya untuk menganalisis terkait kualitas dan kemudahan layanan dalam ruang lingkup yang lebih spesifik yaitu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang dianggap sebagai pengguna potensial yang signifikan di era digital.

Literature Review and Hypotheses Development

Kualitas Pelayanan

Menurut (Guspul, 2014) Kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan realitas layanan yang diterima. Untuk menilai kualitas tersebut, dapat dilakukan dengan membandingkan pandangan pelanggan mengenai layanan yang mereka alami secara langsung. Kualitas merupakan gabungan dari berbagai sifat dan karakteristik suatu produk atau jasa yang menegaskan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang telah ditetapkan maupun kebutuhan tersembunyi (Kotler, 2016). Kualitas merupakan gabungan dari berbagai fitur lengkap yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa, yang sangat bergantung pada sejauh mana produk atau jasa tersebut mampu memenuhi kebutuhan yang telah dinyatakan secara jelas maupun yang belum tersampaikan secara langsung, namun tetap dianggap penting oleh konsumen. Kemampuan untuk memenuhi

kedua jenis kebutuhan ini menjadi ukuran utama dalam menentukan tingkat kualitas dari produk atau jasa tersebut.

Fitur Layanan

Menurut Schmitt 2010 dalam (Abrillia & Sudarwanto, 2020) menjelaskan bahwa fitur adalah elemen dari suatu produk yang memiliki karakteristik unik. Fitur memungkinkan konsumen untuk menentukan produk yang sesuai dengan keinginannya. Bagi pemasar, fitur menjadi aspek krusial dalam strategi perusahaan, karena dapat digunakan sebagai alat untuk membandingkan produk (Fitriyanti, 2023) fitur merupakan layanan penting bagi penyedia jasa dalam memberikan kepercayaan kepada pengguna terkait dengan transaksi online. Penggunaan fitur yang mudah memberikan kenyamanan dan kepraktisan tersendiri bagi pengguna. Adanya rasa kepuasan ini mendorong sebuah layanan untuk terus meningkatkan fitur layanan yang mudah dan efisien untuk memberikan rasa puas pengguna dalam memenuhi kebutuhan mereka. Fitur merupakan aspek penting yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih produk. Bagi perusahaan, fitur berfungsi sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi dan menjelaskan keunggulan produk yang ditawarkan(Aini et al., 2022).

Keputusan Pengguna

Keputusan pengguna merujuk pada keputusan yang dibuat oleh individu atau organisasi mengenai cara atau metode untuk menggunakan sumber daya, alat, atau teknologi tertentu dalam konteks tertentu. Keputusan ini melibatkan pilihan tentang apakah suatu produk, teknologi, layanan akan digunakan, dan bagaimana serta kapan penggunaannya akan dilakukan. Menurut (Setiadi & SE, 2015) Keputusan penggunaan dapat dipahami sebagai proses penyatuan informasi untuk menganalisis dan memilih berbagai alternatif tindakan, lalu memutuskan satu pilihan yang akan dilaksanakan. Artinya dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan fitur menurut peneliti mempengaruhi Keputusan penggunaan secara signifikan. Maka hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Kemudahan fitur berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pengguna.*

Pengaruh kemudahan fitur terhadap Keputusan penggunaan

Fitur layanan merupakan elemen yang disediakan dan bertujuan mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas, memenuhi kepuasan, atau meningkatkan pengalaman pelanggan. Menurut penelitian (Arisma et al., 2024) adanya Keberadaan fitur layanan yang lengkap memberikan kemudahan dan pengalaman pelayanan yang optimal bagi pengguna. Manfaat yang dirasakan melalui penggunaan E-wallet DANA mendorong pengguna untuk

menjadikannya pilihan utama. Hal ini membuktikan bahwa fitur layanan berkontribusi secara positif dan signifikan dalam memengaruhi keputusan pengguna. Menurut (Muslimah et al., 2024) dalam penelitiannya, kemudahan fitur berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pengguna karena faktor kepraktisan yang diberikan membuat konsumen merasa nyaman dalam melakukan pembelian.

H2 : *Kemudahan fitur berpengaruh terhadap Kualitas pelayanan.*

Pengaruh kemudahan fitur terhadap kualitas pelayanan

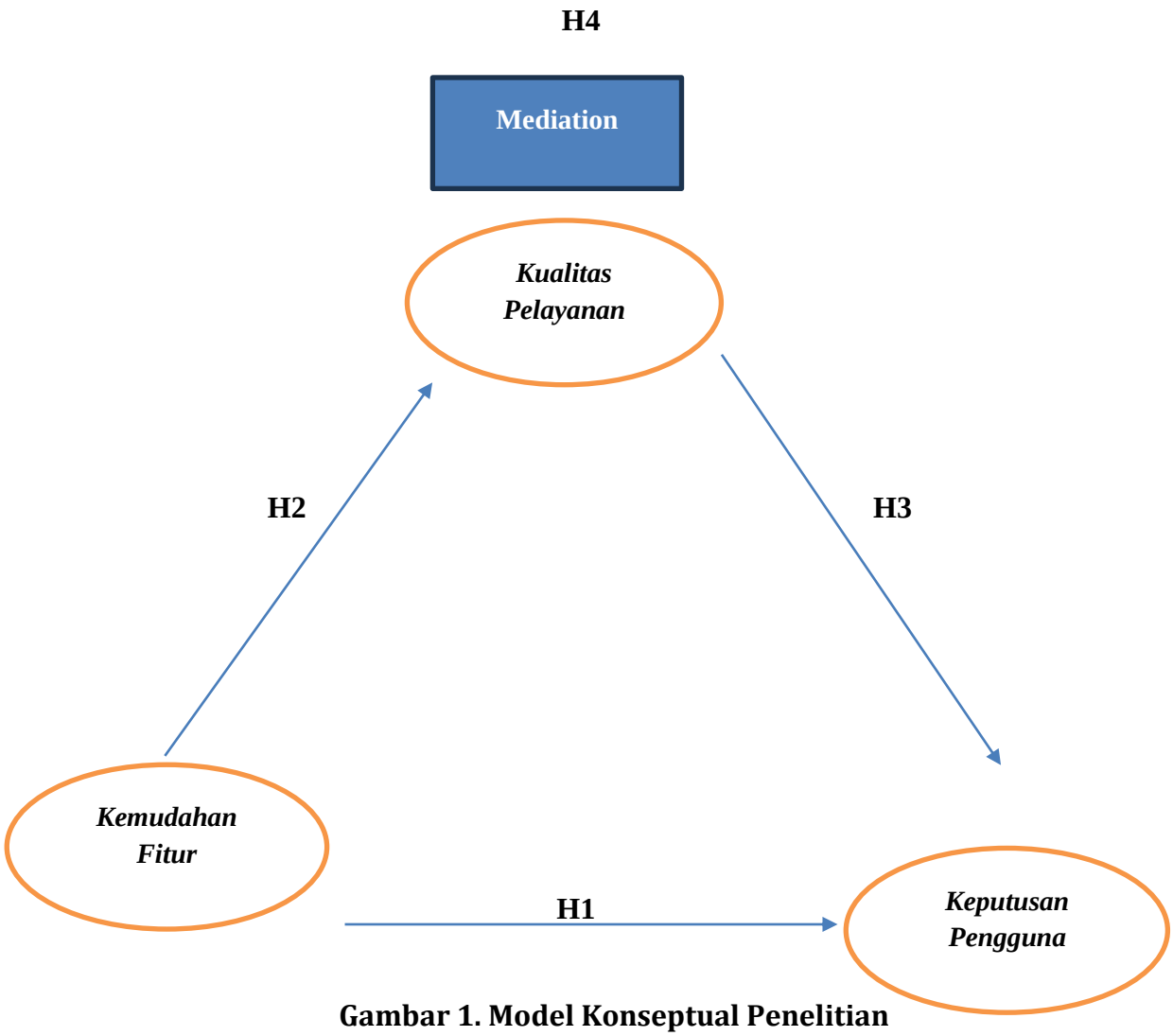
Dalam era digital yang semakin berkembang, kemudahan fitur menjadi salah satu elemen penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Kemudahan fitur, yang mencakup kemudahan penggunaan, aksesibilitas, dan efisiensi, berkontribusi langsung pada pengalaman pelanggan. Menurut (Yusoff et al., 2009) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan (Abdullah et al., 2016) Persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap persepsi kualitas pelayanan. Fitur yang mudah digunakan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan persepsi terhadap kualitas pelayanan. Dengan dasar ini, penelitian ini menghipotesiskan hubungan positif antara kemudahan fitur dan kualitas pelayanan

H3 : *kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pengguna*

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan pengguna

Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa kepercayaan serta mendorong rasa kepuasan konsumen terhadap jasa yang disediakan. Menurut penelitian (Fakhrudin & Maria Valeria Roellyanti, 2023) kualitas pelayanan merupakan rangkaian aktivitas yang muncul dari interaksi antara pengguna dan penyedia layanan atau elemen lainnya. Faktor ini memainkan peran krusial dalam mengundang minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini sejalan berdasarkan penelitian yang dilakukan (Fakhrudin & Maria Valeria Roellyanti, 2023) dengan ditemukannya bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Annisa & Yoestini, 2023), kualitas pelayanan yang baik akan mendorong konsumen untuk menilai kepuasan mereka terpenuhi atau tidak, sehingga Keputusan penggunaan akan tercipta dari baik atau buruknya sebuah layanan yang diberikan.

H4 : *Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kemudahan fitur dan Keputusan penggunaan*



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data. Metode Structural Equation Modeling (SEM) juga digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui Smart PLS. Menurut (Hair Jr et al., 2021) sampel ukuran 150-200 cukup untuk model SEM yang kompleks, terutama dengan PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling). Subjek pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan bank BCA.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Skala Pengukuran

Variable	Questionnaires	Source
Kualitas Pelayanan	Saya puas dengan kemudahan yang ditawarkan melalui fasilitas dan layanan Bank BCA	(Bahar Arfiani & Sjahruddin Herman, 2015)
	Saya merasa produk dan layanan Bank BCA dirancang dengan baik untuk memenuhi kebutuhan saya	
	Saya merasa puas dengan kecepatan dan profesionalisme karyawan Bank BCA dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan saya	
	Setiap pertanyaan yang saya ajukan dijawab dengan penuh kejelasan dan profesionalisme oleh karyawan Bank BCA.	
	Karyawan Bank BCA membuat saya merasa dihargai dan mendapatkan perhatian khusus sebagai nasabah	
Kemudahan Fitur	Saya merasa mudah menggunakan aplikasi mobile Bank BCA	(Agustiningrum Dian & Andjarwati Anik Lestari, 2021)
	Penggunaan aplikasi Mobile BCA terasa jelas dan mudah dipahami.	
	Aplikasi Mobile BCA memberikan kemudahan dalam mengelola transaksi keuangan saya.	
	Proses pembayaran melalui aplikasi Mobile BCA terasa praktis dan aman.	
	Saya dapat dengan mudah mengatur layanan perbankan melalui aplikasi Mobile BCA	

Keputusan Penggunaan	Penjelasan mengenai produk dan layanan Bank BCA memberikan keyakinan kepada saya dalam membuat keputusan	(Agustiningrum Dian & Andjarwati Anik Lestari, 2021)
	Layanan digital Bank BCA memberikan nilai tambah yang memengaruhi keputusan saya untuk menggunakannya.	
	Kemudahan akses dan kualitas layanan dari Bank BCA menjadi pertimbangan utama dalam keputusan saya menggunakan layanan perbankan mereka	
	Saya merasa yakin untuk merekomendasikan Bank BCA kepada teman atau keluarga saya berkat kemudahan fitur dan pelayanan yang memuaskan	

Prosedur Pengukuran

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3. Metode PLS-SEM dipilih karena kemampuannya dalam menangani model yang kompleks dan data yang tidak berdistribusi normal, sehingga sangat sesuai untuk penelitian ini. Analisis ini melingkupi pemeriksaan luar dan dalam (Natalia et al., 2017).

Pengumpulan Data

Responden yang diperoleh merupakan warga Indonesia yang menjadi nasabah dari bank Bca dan menggunakan mobile banking BCA. Penelitian ini dilakukan di sekitar wilayah Soloraya yang menjadi nasabah bank BCA. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana kriteria responden ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 100 orang responden diharapkan memenuhi kriteria

tersebut, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang representatif tentang pengaruh kemudahan fitur terhadap keputusan pengguna nasabah bank Bca.

Hasil Empiris

Profil demografis pada 100 responden yang ditampilkan dalam tabel 2. Responden terdiri dari 67 laki-laki dan 33 perempuan. Dalam pengelompokkan usia menunjukkan sebanyak 16% berusia <20 tahun, 50% berusia 20-25 tahun, dan 34% berusia >25 tahun.

Tabel 2. *Demografi responden*

Demographic Variable	**Frequency**	**Percentage**
Jenis Kelamin		
Laki-laki	67	67%
Perempuan	33	33%
Usia		
<20 tahun	16	16%
20-25 tahun	50	50%
>25 tahun	34	34%

Penilaian Model Luar

Tabel 3. *Construct Validity dan Reliability*

	Validity			**Reliability**		
Construct	**Items**	**Outer Loading**	**VIF**	**Chonbach's Alpha**	**Composite Reliability**	**AVE**
Kualitas Pelayanan	KPL1	0.872	2.760	0,906	0,930	0,726
	KPL2	0.823	2.443			
	KPL3	0.826	2.398			
	KPL4	0.850	2.686			
	KPL5	0.888	3.319			
Kemudahan Fitur	KF1	0.790	1.995	0,871	0,907	0,663
	KF2	0.752	1.872			
	KF3	0.883	3.249			
	KF4	0.909	3.510			

	KF5	0.721	1.549			
Keputusan Pengguna	KPG1	0.867	2.624	0,918	0,930	0,726
	KPG2	0.910	3.347			
	KPG3	0.904	3.773			
	KPG4	0.904	3.719			

Berdasarkan hasil analisis validitas dan reliabilitas, kemudahan fitur menunjukkan kinerja yang sangat baik dalam hal validitas dan reliabilitas. Semua indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator ini secara valid dapat mengukur kepuasan kerja. Selain itu, nilai VIF yang rendah memastikan tidak adanya multikolinearitas antar indikator. Konstruk ini juga sangat reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,871 dan Composite Reliability sebesar 0,907. Nilai AVE sebesar 0,663 mengindikasikan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk ini, menunjukkan validitas konvergen yang sangat kuat.

Discriminant Validity

Tabel 4. *Discriminant Validity*

	Kemudahan Fitur	Keputusan Pengguna	Kualitas Pelayanan
Kemudahan Fitur	0.814		
Keputusan Pengguna	0.788	0.896	
Kualitas Pelayanan	0.823	0.805	0.852

Berdasarkan hasil penelitian, kemudahan fitur memiliki korelasi yang tinggi terhadap kualitas Pelayanan, dengan nilai 0,823, menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan. keputusan pengguna juga berhubungan positif dengan kualitas elayanan, namun korelasinya lebih rendah, yaitu 0,805. Kemudahan fitur memiliki korelasi positif yang cukup tinggi terhadap keputusan pengguna, yaitu 0,788. Dari hasil ini, terlihat bahwa kemudahan Fitur memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pengguna bank BCA. Selain itu, kualitas pelayanan menunjukkan korelasi tinggi terhadap kemudahan fitur dan hubungan positif dengan keputusan pengguna. Kemudahan fitur dan kualitas pelayanan adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan pengguna, sehingga perlu menjadi prioritas dalam strategi peningkatan layanan.

Inner Model

Tabel 5. *Hasil Hipotesis*

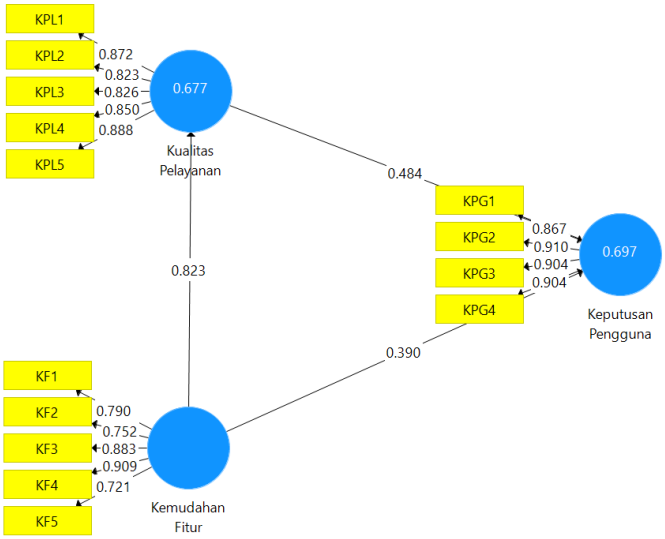
Hipotesis	Path Coefficient	Standard Deviation	T Value	P Value	Desicion
Kemudahan Fitur -> Keputusan Pengguna	0.390	0.381	0.114	3.406	0.001
Kemudahan Fitur -> Kualitas Pelayanan	0.823	0.822	0.042	19.804	0.000
Kualitas Pelayanan -> Keputusan Pengguna	0.484	0.487	0.114	4.232	0.000
Kemudahan Fitur -> Kualitas Pelayanan -> Keputusan Pengguna	0.399	0.400	0.098	4.057	0.000

Berdasarkan suatu hasil uji pada tabel di atas, nilai suatu *original sample* dan *p-values* menunjukkan pengaruh langsung (*direct effect*) antar variabel. Hasil analisis *direct effect* kemudahan fitur terhadap keputusan pengguna menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0,390 dan *p-values* < 0,05 yang dinyatakan positif signifikan. Hipotesis pertama (*H1*) yang menyatakan bahwa kemudahan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna diterima. Selanjutnya, hasil analisis *direct effect* kemudahan fitur terhadap kualitas pelayanan menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0,823 dan *p-values* < 0,05, positif signifikan. Hal ini mendukung hipotesis kedua (*H2*), yaitu bahwa kemudahan fitur berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Selain itu, hasil analisis *direct effect* kualitas pelayanan terhadap keputusan pengguna menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0,484 dan *p-values* < 0,05, yang menunjukkan hubungan positif signifikan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (*H3*), yaitu bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna, diterima.

Terakhir, hasil analisis *indirect effect* kemudahan fitur terhadap keputusan pengguna melalui kualitas pelayanan menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0,399 dan *p-values* < 0,05, yang juga signifikan. Hal ini mendukung hipotesis keempat (*H4*), yaitu bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap hubungan antara kemudahan fitur dan keputusan pengguna.

Gambar 2. Inner model dari SPSS



D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa kemudahan fitur memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna produk nasabah bank BCA. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur antara kemudahan fitur dan keputusan pengguna sebesar 0,390 dengan *p-value* < 0,05, yang menandakan hubungan positif yang signifikan. Hal ini menegaskan pentingnya desain fitur yang sederhana dan intuitif dalam menarik perhatian serta memfasilitasi pengalaman pengguna.

Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa kemudahan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan, dengan koefisien jalur sebesar 0,823 dan *p-value* < 0,05. Ini mengindikasikan bahwa kualitas fitur layanan menjadi elemen penting yang mendukung kepercayaan dan kenyamanan nasabah.

Lebih lanjut, kualitas pelayanan secara langsung berkontribusi pada keputusan pengguna dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,484 dan *p-value* < 0,05, yang menunjukkan

bahwa pelayanan yang berkualitas dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan perbankan secara signifikan.

Penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dari kemudahan fitur terhadap keputusan pengguna melalui kualitas pelayanan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,399 dan *p-value* < 0,05. Ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara kemudahan fitur dan keputusan pengguna, meskipun pengaruh utama tetap berasal dari kemudahan fitur itu sendiri.

Secara keseluruhan, kemudahan fitur dan kualitas pelayanan adalah dua faktor utama yang menentukan keputusan pengguna layanan bank BCA. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus berinovasi dalam meningkatkan fitur layanan yang intuitif serta menjaga standar kualitas pelayanan untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah

E. DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, F., Ward, R., & Ahmed, E. (2016). *Influence of external variables on students' perceptions of e-portfolios Investigating the influence of the most commonly used external variables of TAM on students' Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU) of e-portfolios*.

Abrillia, & Sudarwanto. (2020). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET PADA APLIKASI DANA DI SURABAYA*.

Agustiningrum Dian, & Andjarwati Anik Lestari. (2021). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).

Ahmadi, M. A. (2023). MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH BANK. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, *7*(1), 15–25. https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167

Aini, S. A., Wijayantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, *1*(3), 493–503. https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83

Annisa, & Yoestini. (2023). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KESADARAN MEREK, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Kota Semarang)*.

Arisma, A., Hijrah, L., Fitur, P., Kemudahan, L., & Keamanan, D. (2024). *THE INFLUNCE OF EASY AND SECURITY SERVICE FEATURES ON DECISIONS TO USE THE DANA E-WALLET APPLICATION (STUDY ON STUDENTS OF THE FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES MULAWARMAN UNIVERSITY)*. https://www.fastpay.co.id,

Arlina Laras. (2023, November). *Jumlah Pengguna Mobile Banking Mandiri, BRI, BCA, dan BNI Jumbo, siapa teratas?*

Arlina Laras. (2024, May). *Rapor Pengguna Mobile Banking Bank Jumbo Kuarta I/2024 : BRI Teratas, Mandiri Melesat!*

Bahar Arfiani, & Sjahruddin Herman. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen DanMinat Beli Ulang*.

Bunga, S., Hasil, R., Dan, P., Penelitian, P., Teknologi, P., Versi, I., & Lengkapnya, P. (2016). *AGRESI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI*.

Fakhrudin, A., & Maria Valeria Roellyanti. (2023). KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNA MASKAPAI. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, *16*(1), 109–119. https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.919

Fitriyanti. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2019)*.

Guspul, A. (2014). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*.

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.

Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *7*(2), 828–838. https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.12324

Kotler, P. (2016). *et Keller, KL (2016) Marketing management*. Pearson.

Muslimah, A., Hak, N., & Shar, A. (2024). Pengaruh Harga, Trust, Kemudahan dan Keamanan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Shopee Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *8*(1), 563. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i1.1580

Natalia, E., Hoyyi, A., & Santoso, R. (2017). *ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAPPELAYANAN PUBLIK MENGGUNAKAN PENDEKATANPARTIAL LEAST SQUARE (PLS) (Studi Kasus: Badan Arsip dan Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah)*. http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/gaussian

Palupi Permata Rahmi, Nur Aryanti, A., & Abdul Aziz, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, *3*(3), 710–722. https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660

Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.

Tambunan1, R. T., Irwan, M., & Nasution2, P. (2023). Tantangan dan Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perkembangan Transformasi Digitalisasi Di Era 4.0. *Sci-Tech Journal*, *2*, 148.

Yusoff, Y. M., Muhammad, Z., Salehuddin, M., Zahari, M., Pasah, E. S., & Robert, E. (2009). *Individual Differences, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness in the E-Library Usage* (Vol. 2, Issue 1).