

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Nasabah LINE Bank

Theresia Grace¹, Efriyanto²

^{1,2} Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

E-mail: theresiagrancel5@gmail.com¹, efriyanto@akuntansi.pnj.ac.id²

Article History:

Received: 19 Juli 2025

Revised: 30 Oktober 2025

Accepted: 11 November 2025

Keywords:

Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Nasabah, LINE Bank, Bank Digital

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan kemudahan penggunaan memengaruhi loyalitas nasabah pada LINE Bank, salah satu bank digital yang sedang berkembang di Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan layanan digital banking serta pentingnya menjaga loyalitas nasabah di tengah persaingan yang semakin ketat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif LINE Bank. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa untuk mempertahankan nasabah dalam jangka panjang, LINE Bank perlu terus meningkatkan mutu layanan dan menyederhanakan penggunaan aplikasinya agar tetap mudah diakses oleh berbagai kalangan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di sektor perbankan, termasuk munculnya bank digital sebagai solusi layanan keuangan yang praktis dan efisien. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 12/POJK.03/2021, bank digital didefinisikan sebagai bank yang mengutamakan layanan elektronik tanpa kantor fisik, dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Di Indonesia, transaksi digital banking menunjukkan tren peningkatan signifikan sejak 2018 hingga 2023 (Databoks, 2023), mencerminkan adaptasi masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis teknologi.

Salah satu tantangan utama bagi bank digital adalah membangun loyalitas nasabah di tengah persaingan yang ketat. Loyalitas nasabah dipengaruhi oleh faktor seperti kepuasan, kepercayaan, dan pengalaman pengguna (Zikmund dalam Amiroh & Puspitadewi, 2021). Kualitas layanan menjadi salah satu penentu utama loyalitas, dimana layanan yang memenuhi harapan nasabah dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks digital banking, kualitas layanan mencakup kecepatan transaksi, keamanan, dan

responsivitas layanan pelanggan (Parasuraman dalam Latief, Malik, & Adelia, 2023).

Selain kualitas layanan, kemudahan penggunaan juga berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Menurut Davis dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan penggunaan memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna (Ramadan & Efnita, 2024). Nasabah cenderung loyal terhadap layanan yang mudah diakses dan tidak memerlukan usaha besar dalam pengoperasiannya (Hasan, Waworuntu, & Otoluwa, 2025). LINE Bank, sebagai salah satu bank digital di Indonesia, menargetkan generasi muda dengan fitur-fitur yang sederhana dan inovatif (Antara News, 2021).

Meskipun LINE Bank telah meraih penghargaan seperti *Indonesia Technology Excellence Award*, posisinya masih berada di peringkat keenam dalam penggunaan digital banking (GoodStats, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kemudahan penggunaan belum sepenuhnya berdampak optimal pada loyalitas nasabah. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang beragam, seperti temuan Putra & Hasmawaty (2022) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan, sementara Nugraha & Astarini (2023) menyatakan sebaliknya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah LINE Bank. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi perbankan digital serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

LANDASAN TEORI

Kualitas layanan dan kemudahan penggunaan merupakan dua faktor kunci yang memengaruhi loyalitas nasabah dalam industri perbankan digital. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas layanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan nasabah melalui layanan yang andal, responsif, dan empatik. Parasuraman et al. (1988) memperkuat konsep ini dengan model SERVQUAL, yang meliputi lima dimensi: *reliability* (keandalan sistem), *responsiveness* (kecepatan respon), *assurance* (jaminan keamanan), *empathy* (perhatian terhadap kebutuhan nasabah), dan *tangibles* (tampilan fisik aplikasi). Dalam konteks LINE Bank, kualitas layanan diukur melalui indikator seperti minimnya gangguan teknis, kecepatan transaksi, dan kesiapan layanan pelanggan (Bago et al., 2022).

Sementara itu, kemudahan penggunaan merujuk pada persepsi nasabah bahwa suatu teknologi mudah dipelajari dan dioperasikan. Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*) memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Indikatornya meliputi *easy to learn* (fitur mudah dipahami tanpa pelatihan), *easy to understand* (panduan yang jelas), dan *effortless* (transaksi tanpa hambatan) (Kumala et al., 2020). Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan LINE Bank dinilai dari navigasi aplikasi yang intuitif dan proses transaksi yang sederhana. Loyalitas nasabah, sebagai variabel dependen, diukur melalui pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan ketahanan terhadap pesaing (Cuong & Khoi dalam Kristianto, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah LINE Bank. Sampel berjumlah 100 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan

kriteria sebagai pengguna aktif LINE Bank yang telah menggunakan layanan minimal tiga bulan. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner berbasis skala Likert lima poin. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui software SPSS versi 26. Uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis yang meliputi: uji parsial (t) dan simultan (F) serta uji koefisien determinasi dilakukan untuk memastikan kelayakan analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan akurat. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan antara nilai *r* hitung dan *r* tabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel pada taraf signifikansi tertentu. Berdasarkan perhitungan, diperoleh *degree of freedom* sebesar 28. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), maka berdasarkan tabel distribusi *r* diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,361.

Tabel. 1 Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Hasil
Kualitas Layanan	X1.1	0.654	0.361	Valid
	X1.2	0.510	0.361	Valid
	X1.3	0.548	0.361	Valid
	X1.4	0.622	0.361	Valid
	X1.5	0.483	0.361	Valid
	X1.6	0.692	0.361	Valid
	X1.7	0.573	0.361	Valid
	X1.8	0.804	0.361	Valid
	X1.9	0.881	0.361	Valid
Kemudahan Penggunaan	X2.1	0.627	0.361	Valid
	X2.2	0.629	0.361	Valid
	X2.3	0.859	0.361	Valid
	X2.4	0.612	0.361	Valid
	X2.5	0.560	0.361	Valid
	X2.6	0.566	0.361	Valid
	X2.7	0.441	0.361	Valid
	X2.8	0.745	0.361	Valid
	X2.9	0.777	0.361	Valid
Loyalitas Nasabah	Y1	0.537	0.361	Valid
	Y2	0.662	0.361	Valid
	Y3	0.589	0.361	Valid
	Y4	0.682	0.361	Valid
	Y5	0.871	0.361	Valid
	Y6	0.547	0.361	Valid
	Y7	0.402	0.361	Valid
	Y8	0.755	0.361	Valid

	Y9	0.812	0.361	Valid
--	----	-------	-------	-------

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Tabel. 1 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yaitu sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari ketiga variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid, sehingga layak dan dapat digunakan dalam tahap analisis data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

(Ghozali, 2021) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Dalam rumus ini dijelaskan bahwa suatu variabel dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil dari pengujian reliabilitas setiap variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 2 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standard</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,817	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X_2)	0,827	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,830	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk Variabel Kualitas Layanan (X_1) adalah 0,817, untuk Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2) adalah 0,827, dan untuk Variabel Loyalitas Nasabah (Y) adalah 0,830. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari *Cronbach's Alpha Standard* (0,60). Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa setiap instrumen pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur yang reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linear, karena jika asumsi ini dilanggar, maka hasil analisis bisa menjadi tidak valid dan metode statistik parametrik tidak dapat digunakan secara tepat. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (Uji K-S). Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p -value) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 ($p >$

0,05), yang berarti tidak terdapat perbedaan signifikan antara distribusi data dengan distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83571653
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.049
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar. 1 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*
Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Gambar. 1, dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Test* pada penelitian ini sebesar 0,065 dengan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Oleh karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2021), uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi. Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa setiap variabel independen bersifat independen satu sama lain sehingga model regresi yang dibangun dapat memberikan estimasi yang akurat dan tidak bias. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki masalah multikolinieritas yang serius. Adapun kriteria yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Nilai *tolerance* harus lebih besar dari 0,1
2. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus kurang dari 10

Nilai VIF yang rendah dan nilai *tolerance* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel independen tidak saling berkorelasi secara berlebihan, sehingga tidak menimbulkan masalah dalam interpretasi koefisien regresi.

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	13.403	5.374		2.494	.014	
	Kualitas Layanan	.451	.096	.423	4.718	.000	.987 1.013
	Kemudahan Penggunaan	.232	.116	.179	1.997	.049	.987 1.013

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Gambar. 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan gambar. 2 dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinieritas yang telah dilakukan menggunakan *software* SPSS, diperoleh nilai *tolerance* dan VIF untuk variabel Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan sebagai berikut: nilai *tolerance* untuk kedua variabel adalah 0,987, sedangkan nilai VIF keduanya adalah 1,013. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi multikolinieritas yang signifikan antar variabel independen dalam model penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variansi residual pada data. Data yang baik adalah data yang tidak menunjukkan adanya ketidaksamaan variansi residual atau dengan kata lain, memiliki variansi residual yang konstan (Ghozali, 2021). Apabila tidak ditemukan ketidaksamaan variansi residual, maka data dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Uji Glejser.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	5.245	3.037		1.727 .087
	Kualitas Layanan	-.037	.054	-.069	-.679 .499
	Kemudahan Penggunaan	-.062	.066	-.096	-.946 .346

a. Dependent Variable: Abs_RES

Gambar. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan Gambar. 3 dapat dilihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Kualitas Layanan sebesar 0,499 dan untuk variabel Kemudahan Penggunaan sebesar 0,346. Karena kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara variabel independen terhadap

variabel dependen yang ada pada penelitian. Oleh karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel independen, maka digunakan analisis linear berganda. Adapun hasil dari analisis dapat dilihat pada gambar berikut:

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.403	5.374		2.494	.014
	Kualitas Layanan	.451	.096	.423	4.718	.000
	Kemudahan Penggunaan	.232	.116	.179	1.997	.049

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Gambar. 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan gambar. 4 di atas dapat dibuat persamaan Regresi Linier yang mencerminkan hubungan antara variabel-variabel. Sehingga persamaan Regresi Linier adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,403 + 0,451X_1 + 0,232X_2 + e$$

- Nilai konstanta (a) sebesar 13,403 adalah keadaan saat variabel Loyalitas Nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan Kemudahan Penggunaan (X_2). Tanpa adanya faktor kualitas layanan dan kemudahan penggunaan, maka loyalitas nasabah masih berada pada angka 13,403 satuan.
- B1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,451, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Sig. = 0,000 < 0,05). Artinya, jika kualitas layanan meningkat 1 satuan, maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,451 satuan, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak berubah.
- B2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,232, menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Sig. = 0,049 < 0,05). Artinya, apabila kemudahan penggunaan naik 1 satuan, maka loyalitas nasabah akan bertambah sebesar 0,232 satuan, meskipun pengaruhnya tidak sebesar variabel Kualitas Layanan.

Berdasarkan persamaan di atas, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X_1) dan Kemudahan Penggunaan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Namun, variabel Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Kemudahan Penggunaan terhadap peningkatan loyalitas nasabah.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Menurut (Sugiyono & Lestari, 2021), uji t merupakan pengujian statistik yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi linear. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H1 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

nasabah LINE Bank.

H2 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LINE Bank.

Adapun ketentuan dalam pengambilan keputusan pada uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 dan nilai t-hitung > t-tabel, maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 dan t-hitung < t-tabel, maka variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan $df = 97$, maka diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,985. Berikut ini hasil uji t berdasarkan output SPSS 26:

Tabel. 3 Hasil Uji T-test

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,360	3,660	-	5,835	0,000
	Kualitas Layanan	0,473	0,096	0,444	4,905	0,000
2	(Constant)	28,130	4,826	-	5,829	0,000
	Kemudahan Penggunaan	0,295	0,127	0,228	2,314	0,023
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel Uji T dapat diketahui bahwa :

1. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t-hitung sebesar 4,905 dengan signifikansi 0,000, yang berarti t-hitung > t-tabel ($4,905 > 1,985$) dan Sig. < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah.
2. Variabel Kemudahan Penggunaan memiliki nilai t-hitung sebesar 2,314 dengan signifikansi 0,023, yang juga memenuhi kriteria t-hitung > t-tabel ($2,314 > 1,985$) dan Sig. < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan juga berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen dalam penelitian ini terbukti berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah, berdasarkan uji t yang dilakukan.

b. Uji F

Menurut (Ghozali, 2021), Uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H3 : Kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LINE Bank.

Berdasarkan tabel distribusi F, pada $\alpha = 0,05$, diperoleh F-tabel = 3,09.

Berikut hasil Uji F berdasarkan output SPSS pada gambar di bawah ini:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98.974	2	49.487	14.389	.000 ^b
	Residual	333.616	97	3.439		
	Total	432.590	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan

Gambar. 5 Hasil Uji F-tabel

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan gambar. 5, dapat diketahui bahwa nilai F-hitung pada penelitian ini yaitu sebesar 14.389, sedangkan F-tabel yaitu 3.09, dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2021), analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan proporsi variabilitas dari variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang dibangun. Berikut hasil dari pencarian koefisien determinasi yang telah dilakukan:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.533	.927

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan

Gambar. 6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Sumber : Data diolah Menggunakan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan gambar. 6 di atas, diketahui bahwa nilai R Square yaitu sebesar 0.543 yang menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan secara simultan mampu menjelaskan variabel yang diteliti sebesar 54,3%. Hal ini berarti kombinasi kedua variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam mempengaruhi variabel yang diteliti. Adapun sisanya sebesar 45,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, variabel Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan berkontribusi signifikan dalam memengaruhi variabel yang diteliti, dengan variabel yang memiliki nilai beta tertinggi berperan sebagai faktor yang paling dominan. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan variabel yang dominan tersebut memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya.

6. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis statistik, penelitian ini menunjukkan bahwa baik kualitas layanan maupun kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah LINE Bank, baik secara parsial maupun simultan.

- a. Kualitas layanan memiliki pengaruh dominan dengan koefisien regresi 0.473 dan signifikansi 0.000, yang mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan dalam hal kecepatan, ketepatan informasi, keramahan, dan aksesibilitas digital maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah. Temuan ini konsisten dengan penelitian Viola et al. (2024), namun bertolak belakang dengan Munfaqiroh & Dea (2022) yang tidak menemukan pengaruh signifikan, kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden atau tingkat adopsi digital di wilayah penelitian yang berbeda.
- b. Sementara itu, kemudahan penggunaan juga terbukti signifikan dengan koefisien regresi 0.295 dan signifikansi 0.023. Fitur aplikasi yang mudah digunakan, intuitif, dan tidak kompleks berperan dalam meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga mereka cenderung tetap loyal. Hasil ini sejalan dengan penelitian Annabila et al. (2022), meskipun berbeda dari temuan Alfiana & Amri (2023) yang menyatakan tidak ada pengaruh signifikan, kemungkinan karena perbedaan usia atau pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi.
- c. Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai F-hitung 14.389 dan signifikansi 0.000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.543 menunjukkan bahwa 54,3% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain seperti promosi, harga, kepercayaan, atau pengalaman individu. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan merupakan strategi penting bagi LINE Bank dalam memperkuat loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan digital yang semakin dinamis (Viola et al., 2024; Annabila et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian terhadap 100 nasabah LINE Bank membuktikan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Faktor seperti kecepatan transaksi, responsivitas layanan, dan keandalan sistem meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga mendorong penggunaan jangka panjang.
2. Kemudahan penggunaan aplikasi juga berdampak positif pada loyalitas. Fitur yang intuitif, navigasi sederhana, dan proses transaksi tanpa hambatan menciptakan kenyamanan, memperkuat keterikatan nasabah.
3. Secara gabungan, kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berkontribusi signifikan dalam membangun loyalitas. Kombinasi kedua faktor ini menghasilkan pengalaman positif yang membuat nasabah enggan beralih ke kompetitor dan cenderung merekomendasikan LINE Bank kepada orang lain.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat hipotesis bahwa dalam persaingan perbankan digital, loyalitas nasabah sangat bergantung pada kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hasil penelitian sejalan dengan teori dan studi sebelumnya, menegaskan pentingnya kedua aspek tersebut dalam strategi retensi nasabah.

DAFTAR REFERENSI

- Alfiana, I. N., & Amri, M. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Kelengkapan Fitur BSI Mobile Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Mutanaqishah: Jurnal Perbankan Islam*, 3 (1). doi:<https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v3i1.774>
- Amiroh, D. Z., & Puspitadewi, N. W. (2021). HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN DI HYPERMA GRESIK. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(1).
- Annabila, A. N., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pada Pengguna M-Banking Di Bank BNI KCP Situbondo. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol. 11 No. 11.
- Antara News. (2021, Juni 24). Retrieved from Line Bank Hadir Sasar Generasi Z dan Milenial: <https://www.antaraneews.com/berita/2230286/line-bank-hadir-sasar-generasi-z-dan-milenial>
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggraini, M. D. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ' ELS COFFE DIPADANG. *Jurnal Matua*, 4(2).
- Databoks. (2023, Juli 5). Retrieved from Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/41234dcb958d96e/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3).
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- GoodStats. (2022, Agustus 6). Retrieved from 10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia: <https://goodstats.id/infographic/10-bank-digital-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-YRmGt>
- Hasan, A., Waworuntu, A. Y., & Otoluwa, N. I. (2025). PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS INTERAKSI PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN E-WALLET DI PROVINSI SULAWESI SELATAN. *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*, 9(1), 181-194. doi:<https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i1.32712>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition*. Pearson Education.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1).
- Latief, F., Malik, A., & Adelia, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2).
- Lestari, N., & Cahyani, A. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. Repository Politeknik Negeri Batam. Retrieved from <https://repository.polibatam.ac.id/items/f8043ecd-581d-4603-90f5-9dabca2751d9/full>
- Munfaqiroh, S., & Dea, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, Vol. 15 No. 1. doi:<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.578>
- Nugraha, F. S., & Astarini, D. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN

-
- KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1). doi:<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16124>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Retrieved from Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum: <https://www.ojk.go.id>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Putra, S. D., & Hasmawaty. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah Tabungan Prioritas Bank Negara Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 10(1). doi:<https://doi.org/10.31851/jmwe.v19i1.8011>
- Ramadan, C. S., & Efnita, Y. (2024). PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE PAYMENT DANA (STUDI KASUS: SELURUH PENGGUNA DANA DI KOTA PEKANBARU). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(1). doi:<http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i1.2993>
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. ALFABETA.
- Viola, E. G., Wahyudi, E., Karyadi, H., & Dwimahendrawan, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA. *Jurnal Strategi dan Bisnis*, Vol. 12 No. 1. doi:<https://doi.org/10.19184/jsb.v12i1.45406>
- Widnyana, I., & Suamanayasa, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada LPD. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2). doi:<https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.31923>