

The Digital Customer Journey: Bagaimana Digitalisasi Membentuk Perilaku Nasabah dan Mendorong Pertumbuhan Bisnis Perbankan

Sri Aningsih¹, Ani², Partini³, Johan Efendi⁴, Rochmat Aldy Purnomo⁵

¹Magister Manajemen, Universitas Muhamamdiyah Ponorogo

²MA Muhammadiyah Bandar

³CV. Yammy Ice Cream

⁴Laboratorium Prodia Madiun

E-mail: are.ningsich@gmail.com¹, anipacitan705@gmail.com², sakatini82@gmail.com³, jo.efendi92@gmail.com⁴

Article History:

Received: 28 Januari 2025

Revised: 08 Maret 2025

Accepted: 16 Maret 2025

Keywords: Tren Digitalisasi; Perilaku Nasabah; Perbankan Digital; Internet Banking; Keamanan Cyber.

Abstract: Digitalisasi telah mengubah berbagai sektor kehidupan, termasuk industri perbankan, dengan dampak yang signifikan. Pengaruh digitalisasi terhadap perilaku pelanggan adalah tujuan penelitian ini. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi perubahan dalam preferensi, kebiasaan, dan ekspektasi nasabah terhadap layanan perbankan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi telah mempercepat adopsi teknologi perbankan seperti mobile banking, internet banking, dan dompet digital. Perubahan ini dipicu oleh kemudahan akses, efisiensi waktu, dan peningkatan pengalaman pengguna. Nasabah kini cenderung lebih mengutamakan layanan yang cepat, aman, dan personal, yang mendorong bank untuk mengintegrasikan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, big data, dan blockchain dalam operasional mereka. Selain itu, digitalisasi juga memberikan peluang besar bagi bank untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan pendapatan. Inovasi produk dan layanan, seperti pinjaman berbasis platform digital dan investasi melalui aplikasi, telah membuka pasar baru dan mendorong inklusi keuangan. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan, terutama terkait dengan keamanan data dan kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan nasabah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi tidak hanya mempengaruhi perilaku nasabah, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis perbankan. Bank yang dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah akan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar yang semakin berkembang dan dinamis.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, perjalanan nasabah atau digital customer journey telah menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan bisnis perbankan. Teknologi telah mengubah cara bank berinteraksi dengan nasabah, membuka peluang baru untuk memberikan layanan yang lebih cepat, efisien, dan personal. Dengan adanya aplikasi mobile, internet banking, serta sistem otomatisasi lainnya, nasabah kini dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja. Hal ini tentunya mendorong perubahan signifikan dalam perilaku nasabah, yang semakin mengutamakan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi. Meskipun demikian, penulis juga mengakui bahwa meskipun teknologi memberikan berbagai manfaat, ada beberapa tantangan yang perlu diawasi, khususnya dalam hal risiko keamanan siber dan persaingan dengan perusahaan fintech. Dalam konteks digitalisasi yang semakin pesat, potensi ancaman terhadap data nasabah semakin besar. Oleh karena itu, keamanan siber harus menjadi prioritas utama bagi bank dalam mengimplementasikan teknologi baru, guna menjaga kepercayaan nasabah. Selain itu, persaingan dengan perusahaan fintech yang lebih gesit dan inovatif menjadi tantangan tersendiri yang memaksa bank untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap relevan di pasar.

Teknologi juga mendorong inovasi dalam produk dan layanan perbankan, seperti pinjaman mikro dan investasi otomatis, yang semakin mengarah pada kebutuhan nasabah akan layanan yang lebih terjangkau dan mudah diakses. Akan tetapi, penting juga bagi bank untuk memahami perilaku nasabah dalam era digital. Analisis data perilaku nasabah, seperti riwayat transaksi, preferensi penggunaan produk, dan interaksi dengan layanan digital, memungkinkan bank untuk merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih personal dan relevan. Dengan pendekatan ini, bank tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman nasabah tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, memahami perjalanan digital nasabah dan menerjemahkannya ke dalam kebijakan yang tepat menjadi langkah penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara bank dan nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap perilaku nasabah, dengan fokus pada bagaimana teknologi mempengaruhi preferensi, kebiasaan, dan ekspektasi mereka terhadap layanan perbankan. Dalam konteks ini, penggunaan data perilaku nasabah memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan oleh bank. Pola transaksi nasabah, frekuensi penggunaan layanan digital, dan interaksi dengan berbagai platform bank dapat memberikan wawasan berharga yang membantu bank untuk menawarkan produk yang lebih sesuai dan personalisasi layanan yang lebih relevan.

Meski teknologi memberikan kemudahan dan efisiensi, tantangan yang terkait dengan keamanan data nasabah semakin menjadi perhatian utama. Penelitian ini juga akan menggali langkah-langkah konkret yang diambil oleh bank untuk mengatasi potensi risiko digital yang terus berkembang, seperti ancaman terhadap keamanan siber dan perlindungan data pribadi. Keamanan yang terjamin sangat penting untuk menjaga kepercayaan nasabah dan memastikan bahwa teknologi yang diterapkan tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga perlindungan yang memadai. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana digitalisasi mempengaruhi perilaku nasabah, serta bagaimana bank beradaptasi untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di era digital.

LANDASAN TEORI

Berisi landasan teori yang dipakai pada penelitian ini. Pada bagian ini disarankan memuat banyak pendapat ahli dan berbagai referensi untuk memperkuat penelitian ini.

Digitalisasi

Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengarahkan perbankan untuk lebih meningkatkan layanan dengan membentuk perbankan digital. Hal ini bertujuan agar bank dapat memaksimalkan pelayanannya kepada nasabah dan meningkatkan mutu operasionalnya. Sehingga diharapkan bagi bank dapat mengembangkan perbankan digitalnya sendiri. Perbankan digital ini dirancang agar nasabah dapat melaksanakan transaksinya secara mandiri, seperti: pembukaan rekening, memperoleh informasi, transaksi, penutupan rekening dan kebutuhan lainnya dari nasabah[1].

Keuntungan yang bisa diambil perbankan untuk memajukan perbankan digital ialah memanfaatkan penetrasi telepon seluler (ponsel) yang sudah demikian besar. Sampai dengan saat ini, pengguna ponsel di Tanah Air sudah mencapai 95% dari total penduduk Indonesia, sedangkan yang dapat mengakses fasilitas perbankan hanya berada di angka 20%[2].

Pengembangan layanan perbankan digital (digital banking) mulai dilaksanakan oleh perbankan di Indonesia. Pengembangannya bermula dari layanan perbankan tanpa kantor cabang (branchless banking) dan Layanan Keuangan Digital (LKD). Pengembangan teknologi ini juga terkait erat dengan program yang dicanangkan pemerintah, yakni keuangan inklusif[2].

Perbankan digital memungkinkan bagi bank untuk mengembangkan layanan kepada nasabah, memberikan alternatif kepada bank untuk memberikan informasi langsung pada nasabah dan mengurangi interaksi langsung di kantor cabang. Saat ini nasabah mengharapkan tingkat interaksi yang sama melalui perbankan digital dan media sosial(Dootson et al., 2016). Para pelaku industri perbankan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan proses layanan yang cepat. Ditambah lagi, ketersediaan alat komunikasi yang canggih kian mendorong evolusi layanan tersebut sehingga masyarakat bisa mengakses layanan perbankan di mana pun dan kapan pun. Sejatinya, hal ini pun telah dikembangkan perbankan melalui layanan internet banking dan mobile banking (m-banking)[2]

Sejalan dengan perkembangan teknologi di sektor perbankan, pelayanan perbankan dalam menjalankan fungsinya selama 24 jam merupakan sesuatu yang sangat penting, salah satunya layanan ATM. Layanan ini menjadi hal yang penting bagi sebagian orang terutama bagi mahasiswa yang menghabiskan sebagian besar kesehariannya menggunakan layanan tersebut. Selain itu, karena cabang bank terletak jauh dari kampus, bisa sulit bagi siswa untuk bolak-balik ke cabang bank, harus mereka mengalami kesulitan dengan transaksi perbankan. Dalam hal ini penting bagi mereka untuk dapat mendapatkan informasi atau berkonsultasi melalui media telepon atau email.secepat mungkin. Hal ini membuktikan peran kualitas pelayanan dalam bank tersebut agar masyarakat merasakan kepuasan dalam pelayanan bank[4].

Studi oleh Laukkanen (2017) menyoroti bagaimana adopsi mobile banking dan internet banking mengubah kebiasaan nasabah, yang menunjukkan bahwa nasabah kini semakin menginginkan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan dalam berinteraksi dengan bank. Dengan adanya teknologi ini, nasabah bisa mengakses layanan kapan saja dan di mana saja, yang menjadikan digitalisasi perbankan sebagai solusi untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku konsumen yang lebih mengutamakan pengalaman pengguna yang mulus dan aman.

Aspek Pelayanan Nasabah

Pelayanan nasabah merupakan jantung dari setiap bisnis, terutama yang berhubungan

langsung dengan konsumen. Pelayanan yang baik tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan.

Dimensi Pelayanan Nasabah

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- **Tangibles (Bukti Fisik):** Semua aspek fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan, seperti fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan karyawan, bahan-bahan komunikasi (website, brosur), dan sebagainya. Tangibles dalam Pelayanan Nasabah: Contohnya adalah suasana kantor bank yang nyaman dan modern, atau tampilan aplikasi mobile yang userfriendly
- **Reliability (Kehandalan):** Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ini mencakup ketepatan waktu, konsistensi dalam pelayanan, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah. Reliability dalam Pelayanan Nasabah: Contohnya adalah janji untuk menyelesaikan masalah dalam 24 jam yang benarbenar ditepati
- **Responsiveness (Ketanggapan):** Kemauan dan kesediaan perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Ini mencakup kecepatan dalam merespons pertanyaan, keluhan, atau permintaan pelanggan. Responsiveness dalam Pelayanan Nasabah: Contohnya adalah layanan live chat yang tersedia 24/7
- **Assurance (Jaminan):** Pengetahuan, kemampuan, sopan santun, kepercayaan, dan kemampuan karyawan untuk menjamin pelanggan bahwa mereka dapat dipercaya. Assurance dalam Pelayanan Nasabah: Contohnya adalah karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas tentang produk dan mampu memberikan solusi yang tepat
- **Empathy (Empati):** Perhatian individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Ini mencakup kemampuan untuk memahami dan menanggapi kebutuhan individu pelanggan.

Perbankan

Perbankan merupakan lembaga intermediasi keuangan yang bertugas mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat adalah tugas bank. Bank adalah lembaga yang dipercayai oleh orang-orang untuk menyimpan uang mereka dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Bank dibagi menjadi dua kategori: bank konvensional dan bank syariah. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip Syariah. Perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Ada peningkatan yang signifikan dalam aset perbankan syariah, seperti yang dapat dilihat dari pertumbuhannya

Dalam melakukan penerapan perbankan digital ini maka bank syariah harus mampu merubah model pemasaran dan model manajemen bank syariah. Tantangan bagi bank syariah dalam mengembangkan perbankan digital ini yaitu keengganan nasabah yang diakibatkan oleh pengalaman buruk. Untuk itu pengembangan teori pemasaran layanan dalam perbankan digital membutuhkan pemahaman preferensi pelanggan dari kepuasan dan loyalitas pelanggan (Mbama, 2018).

Industri perbankan telah mengalami transformasi yang signifikan sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi. Munculnya perbankan digital, fintech, dan uang elektronik telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan. Perbankan di masa depan akan menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, dan risiko cybercrime. Namun, di sisi lain, juga terdapat banyak peluang, seperti pengembangan inovasi produk dan layanan, serta perluasan pasar.

Keamanan Siber: Perlindungan di Era Digital

Apa sebenarnya keamanan Siber?

Keamanan siber adalah praktik melindungi sistem, jaringan, dan data dari serangan digital, yang bisa berupa peretasan, pencurian data, penyebaran malware, atau gangguan terhadap layanan online. Sederhananya, keamanan siber adalah perisai yang melindungi kita di dunia digital.

Mengapa Keamanan Siber Penting?

Perlindungan Data Pribadi: Data pribadi kita, mulai dari informasi keuangan hingga aktivitas sehari-hari, tersimpan secara digital. Serangan siber dapat mengakibatkan pencurian identitas dan kerugian finansial.

- **Integritas Sistem:** Serangan siber dapat mengganggu operasional bisnis dan layanan publik. Bayangkan jika sistem transportasi atau layanan kesehatan diretas, akibatnya bisa sangat fatal.
- **Reputasi:** Serangan siber dapat merusak reputasi suatu organisasi atau individu. Kehilangan kepercayaan pelanggan bisa berdampak besar pada bisnis.

Ancaman Keamanan Siber

- **Malware:** Perangkat lunak berbahaya yang dirancang untuk merusak sistem atau mencuri data. Contohnya: virus, worm, ransomware.
- **Phishing:** Serangan yang menipu pengguna untuk memberikan informasi sensitif dengan menyamar sebagai entitas yang terpercaya.
- **Penyerangan DDoS:** Serangan yang membanjiri suatu situs atau layanan dengan lalu lintas yang sangat besar sehingga tidak dapat diakses.
- **Peretas:** Individu atau kelompok yang secara ilegal mengakses sistem komputer untuk tujuan yang tidak sah.

Langkah-langkah Keamanan Siber

- **Perbarui Perangkat Lunak:** Pembaruan perangkat lunak seringkali memasukkan patch keamanan untuk mengatasi kerentanan yang diketahui.
- **Gunakan Password yang Kuat:** Hindari menggunakan password yang mudah ditebak; gunakan kombinasi huruf besar, huruf kecil, angka, dan simbol.
- **Aktifkan Autentikasi Dua Faktor:** Gunakan cara lain selain password untuk memverifikasi identitas Anda, seperti kode ponsel. Ini akan menambah lapisan keamanan tambahan.
- **Waspada Phishing:** Jangan klik tautan atau lampiran yang mencurigakan dalam email. Periksa pengirim email sebelum membuka pesan.
- **Buat Cadangan Data:** Selalu lakukan cadangan data untuk mencegah data hilang jika terjadi serangan ransomware atau kerusakan perangkat.
- **Edukasi Pengguna:** Tingkatkan kesadaran karyawan atau anggota keluarga tentang ancaman keamanan siber.
- **Gunakan Firewall:** Firewall bertindak sebagai penghalang antara jaringan internal dan internet, memblokir lalu lintas yang tidak sah.

Keamanan Siber di Berbagai Sektor

Keamanan siber menjadi perhatian utama di berbagai sektor, termasuk:

- **Perbankan:** Melindungi informasi keuangan nasabah dari pencurian dan penipuan.
- **Pemerintah:** Menjaga keamanan infrastruktur kritis seperti jaringan listrik dan komunikasi.
- **Kesehatan:** Melindungi data pasien yang sensitif.

- E-commerce: Mencegah pencurian data kartu kredit dan informasi pribadi pelanggan.

Keamanan siber adalah tantangan yang terus berkembang. Dengan meningkatnya ketergantungan kita pada teknologi, ancaman siber juga semakin canggih. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk selalu waspada dan menerapkan langkah-langkah keamanan yang tepat.

METODE PENELITIAN

Dampak digitalisasi terhadap perilaku nasabah dan pertumbuhan bisnis perbankan dinilai melalui metode studi literatur kualitatif dalam penelitian ini. Data sekunder dikumpulkan dari jurnal akademik, laporan industri, dan publikasi resmi bank terkemuka. Tahapan metodologi meliputi: Pengumpulan data menggunakan data sekunder dari sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah. Perilaku nasabah dan transformasi digital di sektor perbankan diidentifikasi melalui teknik analisis tematik. Serta membandingkan hasil analisis dengan penelitian sebelumnya untuk memastikan konsistensi dan validitas temuan. (Nina Adlini et al., 2022)

Jurnal Terdahulu:

Judul dan penulis	hasil
PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP PERILAKU NASABAH PRIORITAS oleh Soekma Adie Dharmawan	Penelitian ini menemukan bahwa layanan SST memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku nasabah prioritas. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi kemudahan penggunaan, keamanan, keandalan, dan efisiensi layanan SST. Hasil analisis menunjukkan bahwa nasabah prioritas yang menggunakan layanan SST merasa lebih puas dan memiliki niat perilaku yang positif terhadap penggunaan layanan tersebut (Dharmawan, 2018).

judul dan penulis	hasil
Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah oleh vera vebiana	Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan digital banking memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan yang positif berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan, pada gilirannya, berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank syariah. Faktor-faktor seperti kenyamanan, kualitas fungsional, dan kepercayaan merek juga ditemukan memiliki hubungan positif dengan pengalaman pelanggan (Dwi Juliansyah & Rusfian, 2024).

judul dan penulis	hasil
-------------------	-------

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan digital banking memiliki pengaruh signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Pengalaman pelanggan yang positif berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan, pada gilirannya, berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank syariah. Faktor-faktor seperti kenyamanan, kualitas fungsional, dan kepercayaan merek juga ditemukan memiliki hubungan positif dengan pengalaman pelanggan. oleh adam dwi juliansyah dan effy zalfiana rusfian	Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman pelanggan memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, terutama di sektor perbankan. Pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan, mulai dari interaksi dengan layanan hingga proses transaksi yang lancar, dapat membangun hubungan jangka panjang dengan bank. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai faktor mediasi yang menghubungkan pengalaman pelanggan dengan tingkat loyalitas yang mereka miliki. Pengalaman pelanggan dalam perbankan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas layanan, saluran digital, dan layanan yang dipersonalisasi. Interaksi berkualitas tinggi, baik melalui layanan tatap muka maupun platform digital, sangat penting untuk memenuhi ekspektasi nasabah(Lady & Selvia, 2021).
--	--

judul dan penulis	hasil
Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Kota Batam Melalui Saluran Transaksi Luring Daring oleh lady dan metha selvia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan akses layanan digital, kecepatan dalam melakukan transaksi, dan keamanan yang terjamin menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah merasa lebih puas dengan layanan perbankan yang cepat dan efisien, serta merasa aman dalam melakukan transaksi melalui platform digital(Vebiana, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN (Times New Roman, size 12)

Dalam beberapa tahun terakhir, industri perbankan mengalami perubahan yang signifikan akibat kemajuan teknologi dan digitalisasi. Salah satu perubahan paling signifikan adalah transformasi dalam perilaku nasabah, yang semakin mengandalkan saluran digital untuk berinteraksi dengan bank. "Digital Customer Journey" merujuk pada perjalanan pengalaman nasabah melalui berbagai tahap layanan perbankan yang dilakukan secara digital, mulai dari pencarian informasi, interaksi, transaksi, hingga pemecahan masalah.

Digitalisasi telah membuka peluang baru bagi bank untuk menawarkan layanan yang lebih personal, cepat, dan mudah diakses, yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan bisnis perbankan. Pembahasan ini akan menggali bagaimana digitalisasi membentuk perilaku nasabah dan peran pentingnya dalam mendorong pertumbuhan bisnis perbankan.

- Perubahan Perilaku Nasabah di Era Digital Seiring dengan perkembangan teknologi, nasabah kini memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap layanan yang mereka terima. Beberapa faktor utama yang mengubah perilaku nasabah di era digital antara lain:
- Kemudahan Akses dan Kecepatan Layanan: Nasabah kini menginginkan akses ke layanan perbankan kapan saja dan di mana saja. Penggunaan aplikasi perbankan mobile, internet banking, dan chatbots memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi, cek saldo, transfer uang, dan melakukan banyak hal lainnya dengan cepat dan mudah. Kecepatan dalam memberikan layanan menjadi faktor penentu dalam memenangkan kepercayaan nasabah.
- Personalisasi Layanan: Dengan analitik data yang semakin canggih, bank dapat memahami lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi nasabah. Layanan yang dipersonalisasi, seperti rekomendasi produk yang sesuai dengan perilaku transaksi atau penawaran khusus, meningkatkan pengalaman nasabah dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara bank dan nasabah.
- Keamanan dan Kepercayaan: Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, masalah keamanan menjadi perhatian utama bagi nasabah. Digitalisasi dalam perbankan juga mendorong inovasi dalam keamanan, seperti penggunaan biometrik (sidik jari, pengenalan wajah) dan autentikasi multi-faktor, yang memastikan transaksi tetap aman.

2. Tahapan Digital Customer Journey dalam Perbankan

Digital customer journey dalam konteks perbankan dapat dibagi dalam beberapa tahap yang saling terkait, yaitu:

- Awareness (Kesadaran): Pada tahap ini, nasabah mulai mencari informasi tentang produk dan layanan perbankan. Mencari informasi melalui internet, membaca review, atau mendengar rekomendasi teman menjadi cara utama untuk meningkatkan kesadaran. Bank dapat memperkuat tahap ini dengan pemasaran digital yang efektif, seperti iklan di media sosial atau mesin pencari (SEO).
- Consideration (Pertimbangan): Setelah mengetahui tentang produk, nasabah akan mempertimbangkan berbagai pilihan yang ada. Di sinilah pentingnya pengalaman pengguna di platform digital. Website dan aplikasi bank yang intuitif, memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, serta kemampuan untuk mencoba produk secara langsung melalui simulasi atau fitur trial, membantu nasabah untuk membuat keputusan.
- Conversion (Konversi): Ketika nasabah memutuskan untuk membuka rekening, mengajukan pinjaman, atau membeli produk bank lainnya, proses konversi secara digital haruslah mudah dan cepat. Formulir online yang sederhana, verifikasi melalui video call, dan tanda tangan elektronik mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.
- Retention (Retensi): Setelah transaksi, tahap retensi menjadi fokus utama. Di sini, bank harus menjaga hubungan dengan nasabah, menawarkan produk tambahan, dan memberikan layanan pelanggan yang responsif melalui berbagai saluran digital, seperti aplikasi mobile, email, atau chat.
- Advocacy (Advokasi): Jika nasabah puas dengan layanan yang diterima, mereka akan menjadi advokat yang merekomendasikan bank kepada orang lain. Program referral atau penghargaan bagi nasabah setia adalah cara yang efektif untuk mendorong nasabah untuk berbagi pengalaman positif mereka.

3. Dampak Digitalisasi pada Pertumbuhan Bisnis Perbankan

Digitalisasi tidak hanya mengubah perilaku nasabah, tetapi juga memberikan dampak besar bagi

pertumbuhan bisnis perbankan, antara lain:

- **Peningkatan Akses dan Efisiensi Operasional:** Dengan digitalisasi, bank dapat menjangkau lebih banyak nasabah, bahkan di daerah yang sebelumnya sulit dijangkau. Hal ini membuka peluang untuk memperluas pangsa pasar tanpa harus membangun infrastruktur fisik yang mahal. Selain itu, penggunaan teknologi juga memungkinkan otomatisasi banyak proses, mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.
- **Inovasi Produk dan Layanan:** Digitalisasi memungkinkan bank untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan relevan bagi nasabah. Misalnya, layanan pinjaman mikro, tabungan berbasis aplikasi, hingga asuransi digital, yang semuanya dapat diakses dan dikelola melalui platform online.
- **Analitik Data untuk Keputusan yang Lebih Tepat:** Dengan mengumpulkan dan menganalisis data nasabah secara real-time, bank dapat memahami perilaku nasabah dengan lebih baik dan menawarkan produk atau layanan yang sesuai. Data ini juga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih cepat dan tepat dalam mengelola risiko dan merancang strategi bisnis.
- **Kolaborasi dengan Fintech:** Banyak bank yang mulai berkolaborasi dengan startup fintech untuk mempercepat inovasi dan menawarkan solusi teknologi yang lebih canggih, seperti pembayaran digital, pinjaman peer-to-peer, dan solusi investasi otomatis. Kolaborasi ini membantu mempercepat digitalisasi dalam industri perbankan dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar.

4. Tantangan dan Peluang di Masa Depan

Meskipun digitalisasi menawarkan banyak keuntungan, ada tantangan yang harus dihadapi oleh bank, seperti:

- **Persaingan dengan Fintech:** Perusahaan fintech semakin berkembang dan menawarkan layanan yang lebih fleksibel dan terjangkau. Bank harus dapat berinovasi dan meningkatkan pengalaman nasabah agar tetap relevan dalam menghadapi persaingan ini.
- **Keamanan dan Perlindungan Data:** Keamanan siber tetap menjadi tantangan besar dalam perbankan digital. Bank harus terus berinvestasi dalam teknologi keamanan untuk melindungi data nasabah dan menjaga kepercayaan mereka.
- **Adopsi Teknologi oleh Nasabah:** Meskipun banyak nasabah yang sudah terbiasa dengan teknologi, masih ada segmen yang kurang paham tentang cara menggunakan aplikasi digital dengan aman. Pendidikan digital bagi nasabah menjadi penting untuk meningkatkan inklusi keuangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pergeseran dari layanan perbankan korporasi menuju layanan perbankan yang lebih fokus pada individu, atau customer banking, juga menjadi faktor penting dalam mendorong digitalisasi perbankan. Peningkatan jumlah masyarakat yang memilih bank untuk kebutuhan perbankan sehari-hari memicu persaingan yang lebih ketat antar bank. Bank dituntut untuk terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dengan lebih efektif.

Faktor-faktor yang mendorong penggunaan perbankan digital, seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan personalisasi layanan, menunjukkan pentingnya teknologi dalam menciptakan pengalaman nasabah yang lebih baik. Dengan ketersediaan layanan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta desain aplikasi yang user-friendly, nasabah semakin dimudahkan dalam melakukan transaksi perbankan. Kecepatan transaksi yang instan dan adanya

notifikasi real-time semakin meningkatkan kenyamanan nasabah dalam berinteraksi dengan bank.

Selain itu, personalisasi layanan menjadi nilai tambah dalam perbankan digital, di mana bank dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan berdasarkan analisis data nasabah. Teknologi enkripsi dan autentikasi yang kuat juga memberikan rasa aman bagi nasabah dalam melakukan transaksi digital, mengingat pentingnya perlindungan data dan privasi.

Dengan biaya transaksi yang lebih rendah dan tidak adanya biaya administrasi, perbankan digital memberikan keuntungan tambahan bagi nasabah, terutama dalam hal efisiensi biaya. Inovasi tambahan seperti dompet digital, investasi online, dan produk asuransi semakin melengkapi layanan yang ditawarkan oleh bank digital, memungkinkan nasabah untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih komprehensif.

Di era digital teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan atau instansi tertentu, khususnya perbankan, untuk memaksimalkan kinerjanya. Kemajuan teknologi yang pesat akan berdampak besar pada semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi berdampak sangat cepat terhadap proses bisnis perbankan. Industri perbankan merupakan sektor industri yang banyak memanfaatkan teknologi informasi. Dengan demikian, penggunaan teknologi informasi perbankan akan memudahkan kegiatan operasional serta pelayanan kepada nasabah dan masyarakat luas (Saputri, 2020).

Dunia perbankan Indonesia juga telah berubah, dengan beralihnya bisnis perbankan dari melayani perusahaan (corporate banking) menjadi lebih fokus melayani individu (customer banking). Pergeseran perbankan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang memilih bank, khususnya untuk layanan perbankan. Akibat situasi tersebut, persaingan di sektor perbankan semakin meningkat sehingga menuntut bank untuk lebih inovatif, khususnya dalam pengembangan produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah (Wicaksono et al, 2015).

Faktor-faktor Utama yang Mendorong Penggunaan Perbankan Digital:

- Kemudahan Akses: Ketersediaan di mana saja, kapan saja: Nasabah dapat mengakses layanan perbankan melalui smartphone, tablet, atau komputer, kapan pun dan di mana pun mereka berada. Antarmuka pengguna yang intuitif: Desain aplikasi yang sederhana dan mudah digunakan membuat transaksi menjadi lebih cepat dan nyaman. Integrasi dengan aplikasi lain: Konektivitas dengan aplikasi pembayaran digital, e-commerce, dan layanan lainnya memberikan pengalaman yang lebih seamless.
- Kecepatan Transaksi: Proses transfer yang instan: Transaksi antar rekening atau ke rekening pihak ketiga dapat dilakukan dalam hitungan detik. Pembayaran yang cepat: Pembayaran tagihan, pembelian online, dan lainnya dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah. Notifikasi real-time: Nasabah dapat langsung menerima notifikasi setiap kali ada transaksi yang terjadi.
- Personalisasi: Penawaran yang disesuaikan: Bank dapat memberikan penawaran produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing nasabah. Pengalaman yang unik: Fitur-fitur personalisasi seperti tampilan dashboard yang dapat disesuaikan, membuat pengalaman perbankan lebih menarik.

Analisis data untuk meningkatkan layanan: Bank dapat menggunakan data nasabah untuk meningkatkan kualitas layanan dan memberikan rekomendasi yang lebih baik.

- Keamanan: Sistem keamanan yang canggih: Penggunaan teknologi enkripsi dan autentikasi yang kuat melindungi data nasabah dari ancaman cyber. Verifikasi identitas yang ketat: Proses verifikasi identitas yang ketat memastikan hanya pemilik akun yang dapat mengakses layanan.
- Notifikasi keamanan: Nasabah akan menerima notifikasi jika ada aktivitas mencurigakan

pada akun mereka. Biaya yang Efektif: Biaya transaksi yang lebih rendah: Banyak bank digital menawarkan biaya transaksi yang lebih rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Tidak adanya biaya administrasi: Nasabah dapat menghemat biaya administrasi seperti biaya pembuatan buku tabungan atau biaya bulanan.

Fitur Tambahan yang Inovatif: Dompot digital: Memungkinkan nasabah untuk menyimpan berbagai jenis kartu (kredit, debit, loyalitas) dalam satu aplikasi.

- Investasi online: Nasabah dapat melakukan investasi saham, reksa dana, dan produk investasi lainnya secara online.
- Asuransi: Beberapa bank digital juga menawarkan produk asuransi yang dapat diakses melalui aplikasi.

Dalam konteks pengukuran kepuasan konsumen, digitalisasi layanan perbankan membawa banyak keuntungan yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Kecepatan responsif yang ditawarkan oleh layanan digital memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan layanan perbankan kapan saja tanpa terikat jam kerja, memberikan fleksibilitas yang sangat dihargai terutama bagi mereka dengan jadwal yang padat. Ketepatan dalam pelayanan, yang berarti kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tanpa kegagalan, juga menjadi aspek penting dalam kualitas layanan perbankan digital. Layanan yang efisien, nyaman, akurat, dan aman ini sangat berkontribusi pada peningkatan kualitas pengalaman nasabah.

Kenyamanan nasabah juga menjadi faktor kunci dalam adopsi perbankan digital. Aplikasi dan platform yang dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan memberikan kemudahan bagi nasabah, bahkan mereka yang tidak terlalu mahir dalam penggunaan teknologi. Hal ini memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, atau investasi online dengan cepat dan mudah, memenuhi kebutuhan mereka tanpa kesulitan. Sebagai hasilnya, nasabah merasa lebih puas dan lebih loyal terhadap layanan perbankan yang mereka gunakan, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan bisnis perbankan itu sendiri.

Kecepatan Responsif adalah kecepatan dalam mengakses website atau informasi terkait menggunakan layanan digitalisasi. Menurut Abidin (2016: 102) responsif adalah cepat merespon bersifat menanggapi, teguh hati, bersifat memberi tanggapan (tidak masa bodoh). Nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapanpun sesuai jadwal yang mereka inginkan termasuk diluar jam kerja, ini memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi konsumen yang memiliki jadwal yang padat tanpa harus menunggu.

Ketepatan Digitalisasi layanan perbankan menyediakan pengalaman yang lebih efisien, nyaman, akurat, mudah, dan aman sehingga dapat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan. Menurut Budiwanto (2012:9) Ketepatan adalah kemampuan seseorang untuk mengarahkan suatu gerak kesesuatu sasaran sesuai dengan tujuan. Jadi, ketepatan adalah suatu proses perencanaan dimana sebuah komponen tersebut bisa dapat bekerja sesuai fungsi dan proses yang sudah ditetapkan dan tidak adanya kegagalan.

Kenyamanan Aplikasi dan platform layanan perbankan digital dirancang dengan tidak antarmuka yang mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan nyaman mengoperasikannya, bahkan bagi mereka yang tidak terlalu mahir dalam penggunaan teknologi. Menurut Cormick & Ernest, (1993:98) Kenyamanan merupakan suatu kondisi perasaan, dan kondisi perasaan itu sangat tergantung pada orang yang mengalami situasi tersebut. Layanan perbankan digital biasanya mencakup berbagai jenis transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, atau investasi online. Hal ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk

memenuhi kebutuhan perbankan mereka dengan mudah dan cepat.

Layanan perbankan digital dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah, termasuk bagi mereka yang tidak terlalu mahir dalam teknologi. Desain yang intuitif memungkinkan nasabah untuk mengoperasikan aplikasi dengan lancar, memudahkan mereka dalam melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi online. Hal ini menunjukkan bagaimana kenyamanan menjadi faktor utama dalam adopsi perbankan digital, yang sesuai dengan pemahaman bahwa kenyamanan merupakan perasaan subjektif yang bergantung pada pengalaman pengguna. Dengan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan perbankan, platform digital mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Selain kenyamanan, keamanan dalam layanan perbankan digital menjadi aspek penting yang juga mempengaruhi kepercayaan nasabah. Adanya jaminan keamanan informasi pribadi nasabah, melalui teknologi seperti enkripsi dan otentikasi ganda, mengurangi kekhawatiran tentang penyalahgunaan data. Keamanan ini sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara online dengan rasa aman. Penggunaan teknologi seperti Secure Sockets Layer (SSL) dan otentikasi via SMS OTP atau sidik jari memberikan perlindungan yang lebih kuat, yang pada gilirannya mendorong adopsi lebih lanjut dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital.

Menurut Park dan Kim (dalam Sukma, 2012:86) menambahkan bahwa jaminan keamanan sangat berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Pada bank umumnya menerapkan teknologi keamanan canggih seperti Secure Sockets Layer (SSL) atau enkripsi data untuk melindungi informasi pribadi nasabah seperti nomor rekening, password, dan data lainnya agar tidak jatuh ke tangan yang salah. Dengan keamanan ini, nasabah dapat merasa lebih percaya dan aman dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Layanan perbankan digital dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah, termasuk bagi mereka yang tidak terlalu mahir dalam teknologi. Desain yang intuitif memungkinkan nasabah untuk mengoperasikan aplikasi dengan lancar, memudahkan mereka dalam melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi online. Hal ini menunjukkan bagaimana kenyamanan menjadi faktor utama dalam adopsi perbankan digital, yang sesuai dengan pemahaman bahwa kenyamanan merupakan perasaan subjektif yang bergantung pada pengalaman pengguna. Dengan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan perbankan, platform digital mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Selain kenyamanan, keamanan dalam layanan perbankan digital menjadi aspek penting yang juga mempengaruhi kepercayaan nasabah. Adanya jaminan keamanan informasi pribadi nasabah, melalui teknologi seperti enkripsi dan otentikasi ganda, mengurangi kekhawatiran tentang penyalahgunaan data. Keamanan ini sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara online dengan rasa aman. Penggunaan teknologi seperti Secure Sockets Layer (SSL) dan otentikasi via SMS OTP atau sidik jari memberikan perlindungan yang lebih kuat, yang pada gilirannya mendorong adopsi lebih lanjut dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital.

Layanan perbankan digital dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan untuk memberikan kenyamanan kepada nasabah, termasuk bagi mereka yang tidak terlalu mahir dalam

teknologi. Desain yang intuitif memungkinkan nasabah untuk mengoperasikan aplikasi dengan lancar, memudahkan mereka dalam melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan investasi online. Hal ini menunjukkan bagaimana kenyamanan menjadi faktor utama dalam adopsi perbankan digital, yang sesuai dengan pemahaman bahwa kenyamanan merupakan perasaan subjektif yang bergantung pada pengalaman pengguna. Dengan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam memenuhi kebutuhan perbankan, platform digital mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Selain kenyamanan, keamanan dalam layanan perbankan digital menjadi aspek penting yang juga mempengaruhi kepercayaan nasabah. Adanya jaminan keamanan informasi pribadi nasabah, melalui teknologi seperti enkripsi dan otentikasi ganda, mengurangi kekhawatiran tentang penyalahgunaan data. Keamanan ini sangat penting dalam membangun kepercayaan nasabah terhadap layanan digital, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi secara online dengan rasa aman. Penggunaan teknologi seperti Secure Sockets Layer (SSL) dan otentikasi via SMS OTP atau sidik jari memberikan perlindungan yang lebih kuat, yang pada gilirannya mendorong adopsi lebih lanjut dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menggaris bawahi pentingnya digitalisasi dalam industri perbankan, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi dan pengalaman nasabah, tetapi juga memperkuat daya saing bank. Transformasi digital memungkinkan bank untuk menyediakan layanan yang lebih cepat dan personal, serta memanfaatkan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan dan big data untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern. Namun, di balik keuntungan ini, ada tantangan besar yang harus dihadapi oleh industri perbankan, seperti kebutuhan untuk membangun infrastruktur teknologi yang handal, menjaga keamanan data nasabah, dan memastikan inklusi keuangan yang merata di seluruh lapisan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa meskipun digitalisasi memberikan peluang besar bagi bank, tantangan terkait dengan keamanan dan aksesibilitas harus menjadi perhatian utama.

Dalam temuan utama penelitian ini, jelas bahwa nasabah lebih cenderung memilih layanan yang tidak hanya mudah diakses, tetapi juga aman. Oleh karena itu, bank yang dapat mengadopsi teknologi terbaru dan mengedukasi nasabah mengenai cara penggunaan teknologi keuangan akan lebih siap untuk mengatasi kesenjangan digital yang ada. Hal ini mengindikasikan bahwa edukasi dan pemberdayaan nasabah dalam penggunaan layanan digital sangat penting untuk mendorong adopsi yang lebih luas.

Namun, penelitian ini mengakui keterbatasan dalam hanya mengandalkan data sekunder, yang tentunya dapat membatasi pemahaman lebih mendalam mengenai preferensi nasabah. Oleh karena itu, penting untuk melanjutkan penelitian dengan pendekatan yang lebih empiris, seperti survei atau wawancara langsung, agar dapat mendapatkan data yang lebih representatif dan mendalam mengenai perilaku nasabah. Selain itu, melihat perkembangan teknologi yang terus berubah, menjelajahi dampak teknologi baru seperti metaverse dan realitas virtual dalam sektor perbankan bisa menjadi agenda penelitian yang sangat relevan dan menarik di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

Dharmawan, S. A. (2018). *PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF-SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP PERILAKU NASABAH PRIORITAS (Studi*

Kasus di PT. Bank Bukopin, Tbk).

- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). Financial institutions using social media – do consumers perceive value? *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 9–36. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2014-0079>
- Dwi Juliansyah, A., & Rusfian, Z. (2024). *THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY WITH MEDIATION OF CUSTOMER SATISFACTION AT MAYBANK BANK INDONESIA*. 7, 1–8.
- Lady, Lady, & Selvia, M. (2021). Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Kota Batam Melalui Saluran Transaksi Luring-Daring. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1202–1214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.484>
- Mbama. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance : UK customers' perceptions. In *SHURA International Journal of Bank Marketing* (Vol. 36, Issue 2).
- Dharmawan, S. A. (2018). *PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF-SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP PERILAKU NASABAH PRIORITAS (Studi Kasus di PT. Bank Bukopin, Tbk).*
- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). Financial institutions using social media – do consumers perceive value? *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 9–36. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2014-0079>
- Dwi Juliansyah, A., & Rusfian, Z. (2024). *THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY WITH MEDIATION OF CUSTOMER SATISFACTION AT MAYBANK BANK INDONESIA*. 7, 1–8.
- Lady, Lady, & Selvia, M. (2021). Pengaruh Pengalaman Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Kota Batam Melalui Saluran Transaksi Luring-Daring. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1202–1214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.484>
- Mbama. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance : UK customers' perceptions. In *SHURA International Journal of Bank Marketing* (Vol. 36, Issue 2).
- Vebiana, V. (2018). *Perbankan Digital , Pengalaman Pelanggan, dan Kinerja Keuangan Bank Syariah*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 1 64(1), 12-40.
- A. Zahiruddin, "ProBank: Membangun Perbankan Profesional ", P. B. N. (Perbanas), Ed., ed, 2015.
- C. I. Mbama and P. O. Ezepeue, "Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 36, pp. 230-255, 2018
- Y. Veysel, A. Erkan, and G. Hüseyin, "Investigating the relationship between service quality dimensions, customer satisfaction and loyalty in Turkish banking sector: An application of structural equation model," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 36, pp. 423-440, 2018.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 1 64(1), 12-40.
- O. J. K. (OJK). (2018). <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx>.

Accenture. (2021). Banking on the Cloud: Driving Growth in the Digital Era. Retrieved from <https://www.accenture.com>.
republika, in <https://www.republika.co.id/berita/kolom/wacana/18/04/24/p7p56p396-mengakselerasi-pertumbuhan-bank-syariah>, ed, 2018.
<https://genbmarketing.com/2024/10/10/how-to-master-the-customer-journey-map-plan-for-success/>
<https://pathmonk.com/the-consideration-stage-strategies-and-types-of-content/>
<https://elogic.co/blog/ecommerce-customer-journey-definition-maps-tips/>
<https://www.totango.com/whitepapers/the-complete-guide-to-customer-retention>
<https://rainedigital.com/2023/01/05/the-six-stages-of-the-marketing-funnel/>