

PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP LOYALITAS PLATFORM MELALUI MEDIASI JALUR PSIKOLOGIS PADA MOBILE BANKING DI INDONESIA

DIKI WANDA JATNIKA



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul "Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Loyalitas *Platform* melalui Mediasi Jalur Psikologis pada *Mobile banking* di Indonesia" adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Diki Wanda Jatnika
K1501211105



RINGKASAN

DIKI WANDA JATNIKA. Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Loyalitas *Platform* melalui Mediasi Jalur Psikologis pada *Mobile banking* di Indonesia. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan BUDI SUHARJO.

@Hak cipta milik IPB University

Industri *mobile banking* Indonesia tumbuh sangat pesat, tetapi dihadapkan pada tantangan mempertahankan loyalitas nasabah dalam ekosistem perilaku multi-banking dengan hambatan perpindahan yang rendah. Penelitian ini bertujuan mengembangkan dan menguji model integratif yang menjelaskan bagaimana *User Experience* memengaruhi *Platform Loyalty* melalui mediasi berurutan *Digital Attachment* dan *Platform Preference* pada pengguna *mobile banking* di Indonesia. Penelitian menggunakan desain survei potong lintang terhadap 124 pengguna aktif *mobile banking* yang menggunakan minimal dua aplikasi berbeda. Data dikumpulkan dengan kuesioner terstruktur yang mengukur *User Experience* (16 item, 4 dimensi), *Digital Attachment* (12 item, 3 dimensi), *Platform Preference* (9 item), dan *Platform Loyalty* (12 item, 3 dimensi) dengan skala Likert 5 poin, kemudian dianalisis menggunakan PLS-SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *User Experience* berpengaruh positif sangat kuat terhadap *Digital Attachment*, *Digital Attachment* berpengaruh positif sangat kuat terhadap *Platform Preference*, dan *Platform Preference* berpengaruh positif sangat kuat terhadap *Platform Loyalty*. Pengujian mediasi mengonfirmasi bahwa pengaruh *User Experience* terhadap *Platform Preference* sepenuhnya dimediasi oleh *Digital Attachment*, sedangkan pengaruh *Digital Attachment* terhadap *Platform Loyalty* dimediasi oleh *Platform Preference*, sehingga jalur berurutan $UX \rightarrow DA \rightarrow PP \rightarrow PL$ menjadi satu-satunya jalur signifikan menuju loyalitas *platform*.

Model memiliki kemampuan penjelasan yang moderat-kuat terhadap varians *Digital Attachment*, *Platform Preference*, dan *Platform Loyalty*, serta memperkuat penerapan Teori *Digital Attachment* pada layanan keuangan berisiko tinggi dan menyajikan perumusan konsep *Platform Preference* dalam konteks perilaku multi-banking. Implikasi praktisnya, bank perlu memposisikan pengelolaan *User Experience*, keterikatan emosional digital, dan penguatan *platform* utama sebagai strategi inti retensi nasabah jangka panjang dalam persaingan *mobile banking* di Indonesia.

Kata kunci: *Digital Attachment*, *Mobile Banking*, Perilaku Multi-Banking, *Platform Loyalty*, *Platform Preference*, *User Experience*.



SUMMARY

DIKI WANDA JATNIKA. The Effect of *User Experience* on *Platform Loyalty* through Psychological Path Mediation in *Mobile banking* in Indonesia. Supervised by UJANG SUMARWAN and BUDI SUHARJO.

Indonesia's *mobile banking* industry is growing rapidly but faces challenges in maintaining customer loyalty within a multi-banking ecosystem characterized by low switching barriers. This study aims to develop and test an integrative model that explains how *User Experience* affects *Platform Loyalty* through the sequential mediation of *Digital Attachment* and *Platform Preference* among *mobile banking* users in Indonesia. A cross-sectional survey design was employed involving 124 active *mobile banking* users who used at least two different applications. Data were collected using a structured questionnaire measuring *User Experience* (16 items, 4 dimensions), *Digital Attachment* (12 items, 3 dimensions), *Platform Preference* (9 items), and *Platform Loyalty* (12 items, 3 dimensions) on a 5-point Likert scale, and analyzed using PLS-SEM.

The results show that *User Experience* has a very strong positive effect on *Digital Attachment*, *Digital Attachment* has a very strong positive effect on *Platform Preference*, and *Platform Preference* has a very strong positive effect on *Platform Loyalty*. Mediation testing confirms that the effect of *User Experience* on *Platform Preference* is fully mediated by *Digital Attachment*, while the effect of *Digital Attachment* on *Platform Loyalty* is mediated by *Platform Preference*, making the sequential path $UX \rightarrow DA \rightarrow PP \rightarrow PL$ the only significant route to *platform loyalty*.

The model demonstrates moderate to strong explanatory power for the variance in *Digital Attachment*, *Platform Preference*, and *Platform Loyalty*, reinforces the application of *Digital Attachment theory* in high-risk financial services, and offers a conceptual formulation of *Platform Preference* within a multi-banking context. Practically, banks need to position *User Experience* management, digital emotional attachment, and the strengthening of the primary *platform* as core strategies for long-term customer retention in Indonesia's competitive *mobile banking* market.

Keywords: *Digital Attachment*, *Mobile Banking*, *Multi-Banking Behavior*, *Platform Loyalty*, *Platform Preference*, *User Experience*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA TERHADAP LOYALITAS PLATFORM MELALUI MEDIASI JALUR PSIKOLOGIS PADA MOBILE BANKING DI INDONESIA

DIKI WANDA JATNIKA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
2. Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Tesis : Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Loyalitas Platform melalui Mediasi Jalur Psikologis pada Mobile banking di Indonesia
Nama : Diki Wanda Jatnika
NIM : K1501211105

Disetujui oleh

Pembimbing 1
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.



Pembimbing 2:
Dr. Ir. Budi Suharjo, M.S.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP. 196812291992031016



Tanggal Ujian Tesis:

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Program Studi Manajemen dan Bisnis Pascasarjana di Institut Pertanian Bogor (SB-IPB).

Tesis dengan fokus kajian pada pengalaman pengguna dan loyalitas platform dalam konteks mobile banking di Indonesia ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen/ilmu pengguna, serta menjadi masukan bagi praktisi industri perbankan digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji perilaku pengguna layanan keuangan digital.

Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Bapak Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S. selaku Dekan Sekolah Bisnis (SB- IPB)
- b. Bapak Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana (SB-IPB) sekaligus Ketua Pembimbing dan Bapak Dr. Ir. Budi Suharjo, M.S. selaku Anggota Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta bimbingan sejak penyusunan proposal hingga penyelesaian tesis ini
- c. Seluruh dosen dan staf administrasi di lingkungan Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana (SB-IPB) yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama masa studi
- d. Orang tua tercinta Ibu Iceu Dinarsih dan Ibu Lia Yulia, Istri saya tercinta Santi Susanti, dan anak-anak saya tercinta Auradisha Ashalya Andjani, Raissa Rafa Ramadhina, Reyhan Rashid Rizqullah yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi tanpa henti
- e. Rekan-rekan mahasiswa dan sahabat seperjuangan di Program Studi Manajemen dan Bisnis Sekolah Pascasarjana (SB-IPB) angkatan E80 yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan dan penyusunan tesis ini

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang layanan keuangan digital, khususnya mobile banking di Indonesia.

Bogor, Januari 2026

Diki Wanda Jatnika

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kebaruan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	13
II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Model Konseptual Penelitian	30
2.5 Hipotesis	32
III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian dan Metode Pengumpulan Data	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.5 Metode Pengumpulan Data	36
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	37
3.7 Metode Analisis Data	39
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.2 Deskripsi Variabel dan Kualitas Model Pengukuran	44
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.4 Hasil Pengujian Outer Model	49
4.5 Hasil Pengujian Inner Model	52
4.6 Hasil Uji Mediasi Berurutan	54
4.7 Pembahasan Teoretis	56
4.8 Implikasi Manajerial: Arsitektur Strategi Retensi dan <i>Marketing Mix</i>	57
V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	77



DAFTAR TABEL

1. 1 Kesenjangan dan justifikasi penelitian	6
1. 2 Kebaruan dan kontribusi penelitian	11
2. 1 Penelitian terdahulu dan <i>Research Gaps</i>	26
4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pendidikan	41
4. 2 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan domisili	42
4. 3 Pola kepemilikan dan penggunaan mobile banking responden	42
4. 4 Distribusi aplikasi mobile banking utama responden	43
4. 5 Ringkasan outer loading indikator	44
4. 6 Nilai R-square konstruk endogen	45
4. 7 Nilai F-square hubungan struktural	45
4. 8 Matriks validitas diskriminan (Fornell–Larcker)	46
4. 9 Statistik deskriptif konstruk (N = 124)	46
4. 10 Statistik deskriptif indikator <i>User Experience</i> (UX)	47
4. 11 Statistik deskriptif indikator DA	48
4. 12 Statistik deskriptif indikator <i>Platform Preference</i> (PP)	48
4. 13 Statistik deskriptif indikator <i>Platform Loyalty</i> (PL)	49
4. 14 Nilai outer loading indikator	49
4. 15 Reliabilitas konstruk dan AVE	51
4. 16 Korelasi antar konstruk laten	52
4. 17 Koefisien jalur dan signifikansi	53
4. 18 Nilai R-square konstruk endogen	54
4. 19 Efek tidak langsung total	55
4. 20 Efek tidak langsung spesifik dalam mediasi berurutan	55

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

2. 1 Model konseptual penelitian	32
4. 1 Model pengukuran (<i>Outer Model</i>) hasil PLS-SEM	51
4. 2 Model struktural (<i>Inner Model</i>) hasil PLS-SEM	53

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.