

---

# ANALISIS PENGARUH KELENGKAPAN FITUR DAN DESAIN NAVIGASI APLIKASI PERBANKAN BERBASIS *MOBILE* TERHADAP *USER EXPERIENCE* NASABAH INDIVIDU PADA PT BANK CENTRAL ASIA TBK

Andrian Harinata  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
andrianharinata@gmail.com

Anas Lutfi  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

Masuk : 06-12-2019 , revisi : 19-12-2019 diterima untuk diterbitkan : 20-12-2019

---

**Abstract :** The goal of this research was to find whether feature completeness and navigation design of mobile banking applications developed by PT Bank Central Asia Tbk have a significant impact to its individual customers' user experience. This research was conducted by using questionnaire, in which the population was all the individual customers of PT Bank Central Asia Tbk, while the sample was the 162 (one hundred and sixty-two) respondents who submitted the questionnaire. By using the multiple regression analysis and hypothesis test, it was found that both feature completeness and navigation design of mobile banking applications developed by PT Bank Central Asia Tbk have a positive and significant impact to its individual customers' user experience.

**Abstrak :** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan apakah kelengkapan fitur dan desain navigasi dari aplikasi-aplikasi perbankan berbasis *mobile* yang dikembangkan oleh PT Bank Central Asia Tbk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user experience* nasabah individunya. Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner, di mana populasinya adalah seluruh nasabah individu dari PT Bank Central Asia Tbk, sedangkan sampelnya adalah 162 (seratus enam puluh dua) responden yang menjawab kuesioner. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis, ditemukan bahwa kelengkapan fitur dan desain navigasi dari aplikasi-aplikasi perbankan berbasis *mobile* yang dikembangkan oleh PT Bank Central Asia Tbk memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *user experience* nasabah individunya.

**Keywords :** Feature Completeness; Navigation Design; User Experience

## Latar Belakang

Industri perbankan terus mengalami perkembangan seiring dengan berjalannya zaman, mulai dari aspek pelayanan, aspek produk/jasa yang ditawarkan, hingga aspek teknologi. Di antara ketiga aspek tersebut, aspek teknologi dapat dibilang sebagai aspek yang perkembangannya paling pesat. Hal ini dikarenakan perkembangan aspek ini menentukan perkembangan bagi kedua aspek lainnya. Melalui perkembangan teknologi, industri perbankan dapat memberikan layanan dan menawarkan produk/jasa perbankan kepada nasabah-nasabahnya secara cepat, *real-time*, akurat, dan andal. Mullan, Bradley, dan Loane (2017: 1154), sebagaimana dikutip dari Devlin (1995) dan Hoehle, et al. (2012), menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dalam industri perbankan dimulai dari kehadiran Anjungan Tunai Mandiri (ATM), lalu melalui *telephone banking*, *internet banking*, dan kemudian melalui *mobile banking*. Dari jenis-jenis perkembangan teknologi perbankan tersebut, layanan perbankan melalui *mobile banking* menjadi yang perkembangannya paling pesat. Layanan *mobile banking* hadir melalui layanan pesan singkat (*SMS*), *internet browser*, dan aplikasi berbasis

*mobile/mobile application*. Dari ketiganya saat ini, *mobile application* menjadi yang terpopuler dan semakin berkembang (BBA dan EY, 2015).

Saat ini, perkembangan teknologi perbankan juga tidak hanya menciptakan persaingan antarbank dalam industri perbankan, tetapi juga menciptakan persaingan antara industri perbankan dengan perusahaan-perusahaan yang berbasis teknologi finansial (tekfin), di mana sebagian besar bergerak di bidang investasi dan pemberian pinjaman/kredit jangka pendek, dan kinerjanya dapat bersaing dengan industri perbankan yang sudah ada. Hal ini tentu saja menjadi ancaman bagi industri perbankan yang telah menjadi pemain lama dalam layanan-layanan yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan tekfin ini, karena keberadaan mereka dianggap dapat menggerus jumlah nasabah sehingga memengaruhi jumlah setoran dana dari nasabah yang masuk dan kinerja industri perbankan secara keseluruhan.

Dalam persaingan dalam industri perbankan maupun antara industri perbankan dengan perusahaan-perusahaan tekfin, perkembangan teknologi yang paling dapat dirasakan dan dimanfaatkan langsung oleh nasabah saat ini adalah melalui *mobile application*. Perkembangan teknologi telepon pintar (*smartphone*) dan aplikasi-aplikasinya membuat bank-bank dan perusahaan-perusahaan tekfin berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi berbasis *mobile* yang memiliki fitur-fitur yang lengkap dan desain navigasi yang mudah digunakan dan dipahami oleh penggunanya, sehingga akan muncul perasaan puas dari pengguna selama dan sesudah menggunakan suatu aplikasi berbasis *mobile*. Kepuasan inilah yang merupakan salah satu elemen dari *user experience*.

### Tujuan Penelitian

- a. Mencari dan menganalisis pengaruh kelengkapan fitur aplikasi perbankan berbasis *mobile* terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.
- b. Mencari dan menganalisis pengaruh desain navigasi aplikasi perbankan berbasis *mobile* terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.

### Tinjauan Pustaka

**Aplikasi Mobile:** Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa aplikasi *mobile* adalah sebuah program perangkat lunak yang dapat diunduh melalui dan ke perangkat telepon pintar (*smartphone*).

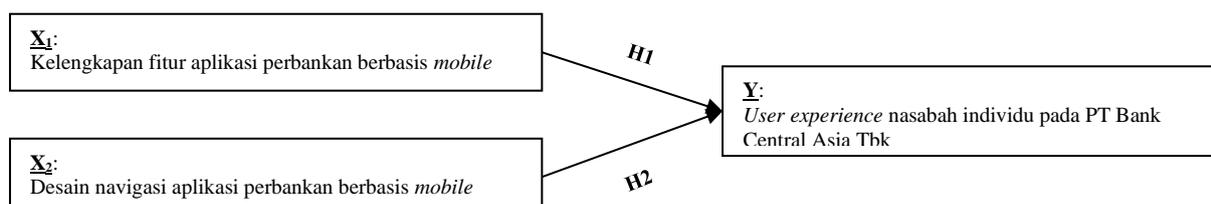
**Internet Banking:** Rose dan Hudgins (2008) menyatakan bahwa *internet banking* adalah penggunaan media internet untuk melakukan kegiatan/transaksi keuangan.

**Fitur:** Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan dalam hubungannya dengan ilmu komputer, fitur adalah “fungsi, kemampuan, atau desain khusus dari perangkat keras atau perangkat lunak”.

**Desain Navigasi:** Pérez-Montoro dan Codina (2017) menyatakan bahwa desain navigasi adalah proses merancang sebuah struktur navigasi dalam suatu situs *web*.

**User Experience:** Menurut Preece, Rogers, dan Sharp (2015, p.12), *user experience (UX)* adalah sebuah istilah yang menggambarkan apa yang pengguna alami serta perasaan yang timbul (kesenangan atau ketidaksenangan, kepuasan atau kekecewaan) saat dan setelah menggunakan suatu produk.

Kerangka pemikiran dan hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

**H1** : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kelengkapan fitur aplikasi perbankan berbasis *mobile* terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.

**H2** : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara desain navigasi aplikasi perbankan berbasis *mobile* terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.

### Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk memperoleh sumber data, di mana kuesioner dibagi ke dalam 3 (tiga) kategori sesuai dengan variabel penelitiannya (kelengkapan fitur, desain navigasi, dan *user experience*). Masing-masing kategori terdiri dari beberapa pernyataan, di mana untuk masing-masing pernyataan, responden harus memilih salah satu dari 5 (lima) pilihan jawaban: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kelima pilihan jawaban tersebut merupakan bentuk dari skala Likert, di mana untuk masing-masing pilihan jawaban, akan dikonversikan ke dalam bentuk angka/nilai: 5 (lima) untuk Sangat Setuju (SS), 4 (empat) untuk Setuju (S), 3 (tiga) untuk Netral (N), 2 (dua) untuk Tidak Setuju (TS), dan 1 (satu) untuk Sangat Tidak Setuju (STS) (Supranto, 2012).

Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, di mana elemen yang diambil sebagai sampel mempunyai ciri-ciri yang berkaitan erat dengan ciri-ciri populasinya (Wati: 2018, p.91-93).

Butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini diambil dari operasionalisasi variabel-variabel dalam penelitian. Berikut adalah operasionalisasi variabelnya:

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber Acuan
<b>Variabel bebas: X<sub>1</sub></b> <b>(Kelengkapan Fitur)</b>	Perbankan di mana saja	Q1. Saya bisa mengecek saldo tabungan saya melalui aplikasi.	Shilpa et al., 2016
		Q2. Saya bisa mengecek mutasi tabungan saya melalui aplikasi.	
	Transfer dana	Q3. Saya bisa mengirim dan menerima dana tabungan melalui aplikasi.	
	Pembayaran bisnis	Q4. Saya bisa melakukan pembayaran bisnis (seperti <i>e-commerce</i> ) melalui aplikasi.	
	Pembayaran tagihan	Q5. Saya bisa melakukan pembayaran tagihan (seperti listrik, telepon, PAM, BPJS, TV kabel, dll.) melalui aplikasi.	
	Isi ulang	Q6. Saya bisa melakukan pengisian ulang pulsa (seperti telepon maupun token listrik) melalui aplikasi.	
<b>Variabel bebas: X<sub>2</sub></b> <b>(Desain Navigasi)</b>	Desain aplikasi	Q1. Aplikasi yang saya gunakan memiliki desain tampilan ( <i>user interface</i> ) yang apik.	Asfour dan Haddad, 2014
		Q2. Aplikasi yang saya gunakan memiliki desain alur kerja ( <i>workflow</i> ) yang baik.	
	Kemudahan memperoleh informasi	Q3. Saya dapat dengan mudah memperoleh menu/informasi yang saya butuhkan melalui aplikasi.	
	Keramahan pengguna	Q4. Aplikasi yang saya gunakan ramah terhadap penggunanya ( <i>user friendly</i> ).	

<b>Variabel tak bebas: Y (User Experience)</b>	Kesesuaian efek	Q1. Aplikasi yang saya gunakan mampu memenuhi harapan/ekspektasi yang saya harapkan.	Preece, Rogers, dan Sharp, 2015
	Efisiensi	Q2. Aplikasi mampu memberikan efisiensi bagi saya dalam menggunakannya.	
	Keamanan	Q3. Aplikasi mampu memberikan rasa aman bagi saya dalam menggunakannya.	
	Manfaat	Q4. Aplikasi mampu memberikan manfaat bagi saya dalam menggunakannya.	
	Kemudahan mempelajari	Q5. Saya mudah mempelajari cara menggunakan aplikasi.	
	Kemudahan mengingat	Q6. Saya mudah mengingat cara menggunakan aplikasi.	
	Kepuasan	Q7. Saya merasa puas dalam menggunakan aplikasi, baik sebelum, saat, maupun setelah menggunakan aplikasi.	

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji parsial, dan uji simultan.

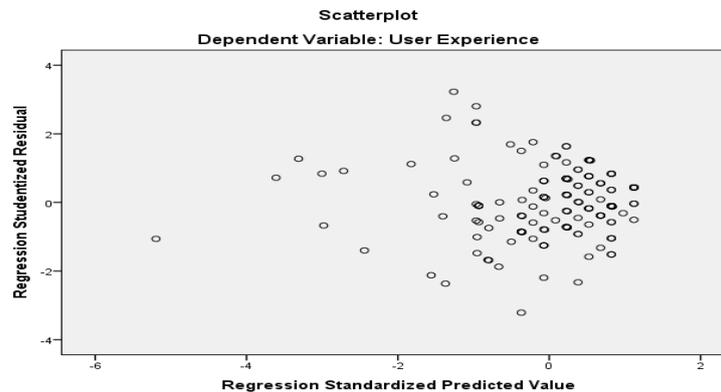
### Hasil & Kesimpulan

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, jumlah responden yang berhasil terkumpul sebanyak 162 (seratus enam puluh dua). Sesuai dengan metode pengambilan sampel berupa *purposive sampling*, data-data responden yang berhasil terkumpul tersebut kemudian dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Data-data tersebut kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan metode yang telah disebutkan. Berikut adalah hasil pengolahan dan analisis data:

**Tabel 2**  
**Hasil Pengolahan dan Analisis Data**

Variabel	Butir Pernyataan	Nilai Corrected-Item Total Correlation	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Nilai Sig.
<b>Variabel bebas: X<sub>1</sub> (Kelengkapan Fitur)</b>	Q1	0,767	0,880	0,743	1,347	0,000
	Q2	0,622				
	Q3	0,845				
	Q4	0,628				
	Q5	0,658				
	Q6	0,746				
<b>Variabel bebas: X<sub>2</sub> (Desain Navigasi)</b>	Q1	0,615	0,852	0,743	1,347	0,000
	Q2	0,724				
	Q3	0,725				
	Q4	0,729				
<b>Variabel tak bebas: Y (User Experience)</b>	Q1	0,579	0,878			
	Q2	0,668				
	Q3	0,589				
	Q4	0,656				
	Q5	0,678				
	Q6	0,728				
	Q7	0,768				
<b>Nilai Asymp. Sig. (2-tailed)</b>						0,728
<b>Nilai F</b>						144,537
<b>Nilai R (Koefisien Korelasi)</b>						0,803
<b>Nilai R Square (Koefisien Determinasi)</b>						0,645

Nilai Unstandardized Coefficients (Koefisien Regresi)	(Konstanta)	4,724
	Variabel bebas: X <sub>1</sub> (Kelengkapan Fitur)	0,410
	Variabel bebas: X <sub>2</sub> (Desain Navigasi)	0,853



**Gambar 2** Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah pembahasan mengenai hasil pengolahan dan analisis data:

- a. Dari hasil uji validitas yang diperoleh, masing-masing butir pernyataan memiliki nilai *Corrected-Item Total Correlation* lebih besar atau sama dengan 0,3 (nol koma tiga), sehingga dapat dinyatakan valid (Wati: 2018, p.181).
- b. Dari hasil uji reliabilitas yang diperoleh, masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0,7 (nol koma tujuh), sehingga dapat dinyatakan reliabel/andal (Wati: 2018, p.182).
- c. Dari hasil uji normalitas yang diperoleh, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar daripada nilai taraf signifikan yang ditetapkan dalam penelitian ini sebesar 0,05 (nol koma nol lima), sehingga dapat dinyatakan sampel data berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Supranto dan Limakrisna: 2016, p.168).
- d. Dari hasil uji multikolinearitas yang diperoleh, masing-masing variabel bebas memiliki nilai *tolerance* mendekati 1 (satu) dan nilai VIF-nya juga mendekati 1 (satu), sehingga semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak ditemukan multikolinearitas (hubungan antarvariabel bebas) (Supranto dan Limakrisna: 2016, p.176).
- e. Setelah dilakukan uji heteroskedastisitas, dinyatakan bahwa data-data yang diperoleh tidak terjadi heteroskedastisitas, karena titik-titik di *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu (Supranto dan Limakrisna: 2016, p.179).
- f. Dari nilai koefisien korelasi yang diperoleh, dinyatakan bahwa kelengkapan fitur dan desain navigasi memiliki korelasi yang kuat terhadap *user experience* (Supranto: 2010, p.11).
- g. Dari nilai koefisien determinasi yang diperoleh, dinyatakan bahwa kelengkapan fitur dan desain navigasi berkontribusi terhadap variasi *user experience* sebesar 64,5% (enam puluh empat koma lima persen). Sisanya sebesar 35,5% (tiga puluh lima koma lima persen) merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain di luar penelitian ini.
- h. Dari nilai koefisien regresi yang diperoleh, persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah:

$$Y = 4,724 + 0,410X_1 + 0,853X_2$$

Jika dilihat dari nilai koefisien regresinya, kelengkapan fitur dan desain navigasi sama-sama berpengaruh positif terhadap *user experience*, dan desain navigasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap *user experience* daripada kelengkapan fitur.

- i. Dari hasil uji hipotesis melalui uji parsial yang diperoleh, masing-masing variabel bebas memiliki nilai Sig. lebih kecil daripada nilai taraf signifikan yang ditetapkan dalam

penelitian ini sebesar 0,05 (nol koma nol lima), sehingga dapat dinyatakan bahwa baik kelengkapan fitur dan desain navigasi secara parsial memengaruhi *user experience* (Supranto: 2010, p.63).

- j. Dari hasil uji hipotesis melalui uji simultan, nilai F yang diperoleh lebih besar daripada nilai *F-value* sebesar 3,053 (tiga koma nol lima tiga), sehingga dapat dinyatakan bahwa baik kelengkapan fitur dan desain navigasi secara simultan memengaruhi *user experience* (Supranto: 2010, p.64).

Dari pembahasan mengenai hasil pengolahan dan analisis data, kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Kelengkapan fitur aplikasi perbankan berbasis *mobile* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.
2. Desain navigasi aplikasi perbankan berbasis *mobile* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *user experience* nasabah individu pada PT Bank Central Asia Tbk.

### Daftar Pustaka

- Asfour, H. K., & Haddad, S. I. (2014). The Impact of Mobile Banking on Enhancing Customers' E-Satisfaction: An Empirical Study on Commercial Banks in Jordan. *International Business Research*, 7(10), 145-169. doi:10.5539/ibr.v7n10p145
- BBA and EY (2015). The way we bank now: world of change. Retrieved from [www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-The-way-we-bank-now-A-world-of-change/\\$FILE/EY-and-BBA-The-waywebank-now-A-world-of-change.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-The-way-we-bank-now-A-world-of-change/$FILE/EY-and-BBA-The-waywebank-now-A-world-of-change.pdf)
- Devlin, J. F. (1995). Technology and innovation in retail banking distribution. *International Journal of Bank Marketing*, 13(4), 19–25. doi: 10.1108/02652329510082915
- Hasil Pencarian - KBBI Daring. (2016). Retrieved November 1, 2018, from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/fitur>
- Hoehle, H., Scornavacca, E., & Huff, S. (2012). Three decades of research on consumer adoption and utilization of electronic banking channels: A literature analysis. *Decision Support Systems*, 54(1), 122–132. doi: 10.1016/j.dss.2012.04.010
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Mullan, J., Bradley, L., & Loane, S. (2017). Bank adoption of mobile banking: stakeholder perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1154–1174. doi: 10.1108/ijbm-09-2015-0145
- Pérez-Montoro, M., & Codina, L. (2017). *Navigation Design and SEO for Content-intensive Websites: A Guide for an Efficient Digital Communication*. Cambridge, MA: Chandos Publishing is an imprint.
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). *Interaction Design: Beyond Human-computer Interaction* (4th ed.). Chichester: Wiley.
- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2008). *Bank Management & Financial Services* (7th ed.). New York City, NY: McGraw-Hill.
- Shilpa, K., Nirjala, N., Kalyani, G., & Rohini, P. (2016). Mobile Banking(m-Bank). *International Journal of Advance Research and Innovative Ideas in Education*, 2(2), 230-235. Retrieved November 21, 2018, from <http://www.ijariie.com>
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. (2012). *Metode Riset: Aplikasinya dalam Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2016). *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah untuk Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi* (4th ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wati, L. N. (2018). *Metode Penelitian Terapan dengan Aplikasi SPSS, Eviews, Smart PLS dan AMOS* (2nd ed.). Bekasi Barat: Pustaka Amri.