

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin pesat telah mendorong perubahan struktur dalam dunia bisnis, termasuk di sektor layanan keuangan berbasis teknologi (Simbolon & Klesia, 2024:251). Transformasi digital tidak hanya memengaruhi pola operasional organisasi, tetapi juga membawa perubahan pada model bisnis, pola interaksi dengan pelanggan, serta proses penciptaan nilai dalam ekosistem ekonomi digital (Marpaung *et al.*, 2023). Dalam konteks tersebut, pemanfaatan teknologi berperan penting bagi perusahaan untuk beroperasi secara lebih efisien, responsif, dan adaptif dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin luas (Pandangan & Nurlela, 2024:2).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mendorong terjadinya transformasi ekonomi digital yang berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat. Dengan semakin luasnya akses internet dan perkembangan teknologi digital, berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke sistem berbasis digital, termasuk dalam kegiatan transaksi keuangan (Amory *et al.*, 2025:28). Perubahan tersebut turut mendorong sektor perbankan untuk beradaptasi dengan menghadirkan layanan berbasis teknologi digital, seperti bank digital. Oleh karena itu, perlu dipahami perbedaan antara bank digital dan bank konvensional yang dapat dilihat pada tabel berikut:

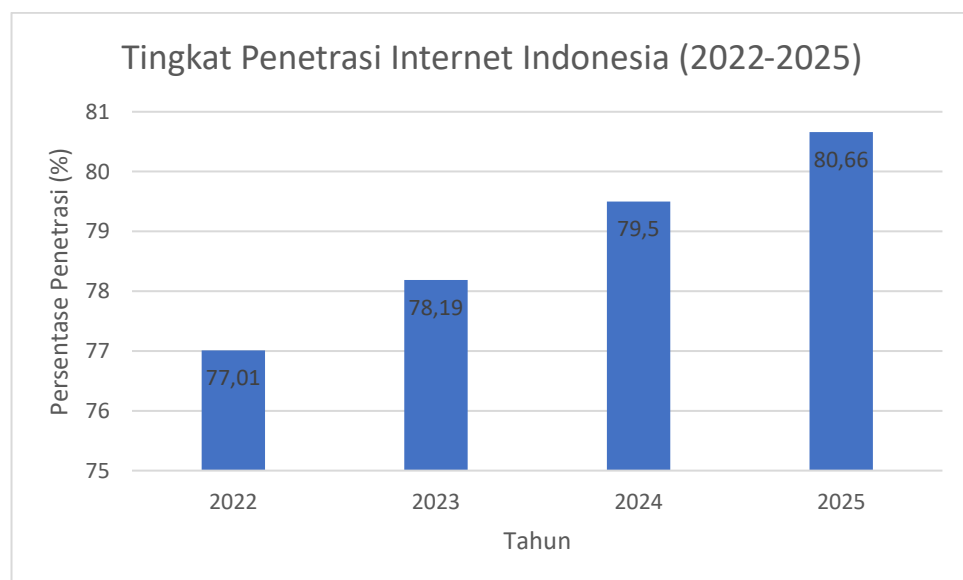
Tabel 1. 1
Perbedaan Bank Digital dan Bank Konvensional

Aspek	Bank Digital	Bank Konvensional
Target Nasabah	Generasi milenial dan Generasi Z yang <i>tech-savvy</i>	Masyarakat umum dengan kebutuhan layanan tradisional maupun digital
Tingkat Bunga	Umumnya lebih kompetitif karena biaya operasional lebih rendah	Bervariasi tergantung kebijakan masing-masing bank
Fitur atau Layanan	Fokus pada aplikasi mobile dan layanan 24/7	Kombinasi layanan digital dan layanan tatap muka di kantor cabang
Popularitas	Semakin populer di kalangan generasi muda	Masih dominan di kalangan masyarakat luas
Ketersediaan Layanan	Terbatas pada transaksi digital	Menyediakan layanan digital dan layanan langsung di kantor cabang
Biaya Admin	Biasanya lebih rendah atau bahkan gratis	Umumnya terdapat biaya administrasi bulanan

Sumber: BankRaya.co.id, 2024

Perbedaan antara bank digital dan bank konvensional pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa perkembangan teknologi serta meningkatnya akses internet telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor perbankan dari sistem konvensional menuju layanan berbasis digital. Kemudahan penggunaan serta berbagai fitur layanan yang ditawarkan oleh bank digital menjadi faktor yang mendorong minat masyarakat dalam memanfaatkan layanan perbankan digital. Generasi muda, khususnya Generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang melek teknologi (*technology-savvy*), menjadi segmen utama dalam penggunaan layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital dan pemanfaatan layanan berbasis aplikasi turut mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan secara digital (Windasari *et al.*, 2022).

Tingginya penetrasi internet di Indonesia menjadi fondasi penting dalam perkembangan layanan keuangan digital (Utomo. & Darwanto, 2024:106). Akses internet yang semakin luas mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan, secara daring dengan lebih mudah dan efisien. Peningkatan jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun juga menunjukkan semakin kuatnya integrasi masyarakat dalam ekosistem digital (Firdaus *et al.*, 2025:181). Perkembangan tingkat penetrasi internet Indonesia periode 2022–2025 disajikan pada grafik berikut:



Sumber: Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025)

Gambar 1. 1

Tingkat Penetrasi Internet Indonesia (2022-2025)

Berdasarkan gambar 1.1, peningkatan penggunaan internet menunjukkan kenaikan yang konsisten, yaitu sebesar 77,01% pada tahun 2022, meningkat menjadi 78,19% pada tahun 2023, kemudian 79,5% pada tahun 2024, dan mencapai 80,66% pada tahun 2025 dengan total 229.248.417 jiwa dari 284.438.900 penduduk di Indonesia. Kenaikan yang relatif stabil tersebut mengindikasikan semakin

terintegrasinya masyarakat dalam ekosistem digital nasional. Akses internet yang semakin luas membuka peluang bagi masyarakat untuk memanfaatkan berbagai layanan berbasis digital, termasuk layanan perbankan.

Selain mengalami peningkatan secara nasional, penetrasi internet di Indonesia juga menunjukkan variasi berdasarkan kelompok generasi. Distribusi ini penting untuk dianalisis karena perbedaan tingkat keterhubungan digital dapat memengaruhi adopsi layanan keuangan berbasis teknologi. Data penetrasi internet berdasarkan kelompok generasi pada tahun 2025 disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 1. 2

Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Generasi Tahun 2025

Kelompok	Tingkat Penetrasi
Generasi Millenial (28-43 tahun)	89,12%
Generasi Z (usia 12-27 tahun)	87,80%
Generasi Alpha (usia kurang dari 12 tahun)	79,73%
Generasi X (44-59 tahun)	79,48%
<i>Baby Boomers</i> (60-78 tahun)	59,40%
<i>Pre Boomer</i> (79 tahun lebih)	20,88%

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025)

Tabel 1.2, menunjukkan bahwa kelompok generasi yang berada pada rentang usia produktif menunjukkan tingkat penetrasi internet yang relatif tinggi. Generasi Milenial memiliki tingkat penetrasi tertinggi sebesar 89,12%, diikuti oleh Generasi Z sebesar 87,80%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kelompok generasi muda (Generasi Milenial & Generasi Z) memiliki tingkat keterhubungan digital yang sangat tinggi dibandingkan generasi yang lebih tua. Sementara itu, kelompok *Baby Boomers* dan *Pre-Boomer* menunjukkan tingkat penetrasi yang lebih rendah, masing-masing sebesar 59,40% dan 20,88% (Kontan.co.id, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia produktif dan generasi muda

memiliki tingkat keterhubungan digital yang lebih tinggi dibandingkan generasi yang lebih tua. Tingginya penetrasi internet pada generasi muda, menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peluang yang besar dalam meningkatkan adopsi mobile banking dan *digital banking* (Reinelda *et al.*, 2025).

Sejalan dengan peningkatan penetrasi internet, transaksi keuangan digital juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2025), nilai transaksi *digital banking* menunjukkan pertumbuhan pesat pada kuartal 1-2024 dengan angka mencapai Rp 15.881,5 triliun, tumbuh hingga 16,15% dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada kuartal yang sama. Angka tersebut menunjukkan bahwa aktivitas keuangan berbasis digital terus mengalami peningkatan signifikan pada awal tahun 2024. Peningkatan nilai transaksi tersebut menunjukkan bahwa *digital banking* memiliki kontribusi yang besar terhadap sistem keuangan nasional.

Selain itu, pertumbuhan transaksi uang elektronik juga memperkuat terbentuknya masyarakat non-tunai (*cashless society*). Sebagai alternatif alat pembayaran non-tunai, uang elektronik sangat berpotensi mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Hal ini dikarenakan uang elektronik menawarkan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi (Sa'diah, 2024:343). Keunggulan tersebut mendorong pergeseran perilaku masyarakat dari penggunaan uang tunai menuju non-tunai yang lebih efisien. Fenomena pergeseran tersebut tercermin dalam data Bank Indonesia (2025) yang menunjukkan bahwa nilai transaksi elektronik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, peningkatan tersebut dapat dilihat dari gambar berikut:



Sumber: Bank Indonesia (2025)

Gambar 1. 2

Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia pada (januari 2022 - Oktober 2025)

Terlihat pada Gambar 1.2, nilai transaksi uang elektronik yang pada awal tahun 2022 yaitu 72.323,15 triliun dan terus mengalami peningkatan secara bertahap hingga mencapai 318.069 triliun pada November 2025. Kenaikan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa melakukan transaksi dan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai.

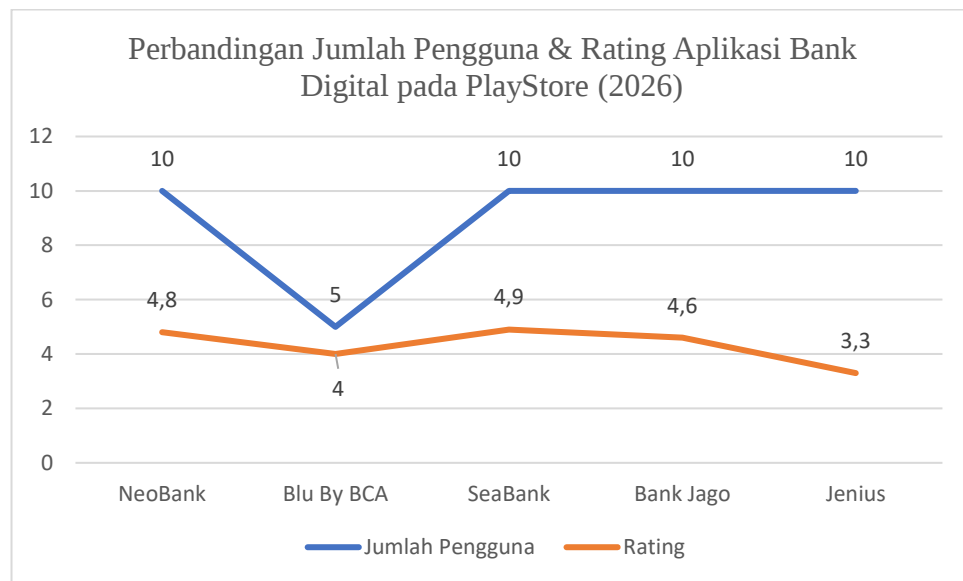
Di sisi lain, Otoritas Jasa Keuangan (2025) melaporkan bahwa indeks inklusi keuangan mencapai 80,5%, yang menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal semakin luas, termasuk layanan berbasis digital. Indeks literasi keuangan sebesar 66,46%, yang menunjukkan bahwa sebagian masyarakat yang telah menggunakan layanan keuangan digital belum sepenuhnya memahami manfaat, mekanisme dan risiko layanan keuangan tersebut. Peningkatan akses tersebut perlu diimbangi dengan pemahaman yang memadai terkait manfaat

dan risiko penggunaan layanan keuangan digital (Kusumaningtyas & Wulansari, 2025:4641).

Seiring dengan transformasi digital di sektor keuangan, model bank digital berkembang sebagai bentuk layanan perbankan yang sepenuhnya berbasis aplikasi dan sistem teknologi informasi. Bank tidak lagi beroperasi melalui kantor cabang fisik, tetapi mulai mengadopsi layanan digital yang seluruh operasionalnya dan pelayanannya berbasis digital (Rizieq, 2024:77). Hal ini berarti mulai dari pembukaan rekening, transaksi keuangan, hingga layanan bantuan pelanggan, terintegrasi dalam sistem berbasis teknologi yang dirancang untuk diakses secara mandiri oleh pengguna (Haryono & Ghafur, 2023:2217).

Di Indonesia, bank digital diawasi ketat oleh Otoritas Jasa Keuangan (2023), terutama berdasarkan POJK No. 21 Tahun 2023 yang mengatur bahwa bank digital harus tetap memenuhi standar permodalan, manajemen risiko, keamanan siber serta perlindungan data konsumen. Beberapa aplikasi bank digital yang sudah beroperasi di Indonesia antara lain *NeoBank*, *Blu By BCA Digital*, *SeaBank*, *Jago*, dan *Jenius* (Purnamasari & Thaha, 2025:102).

Seiring dengan hadirnya berbagai bank digital di Indonesia, penting untuk melihat bagaimana masyarakat merespons layanan tersebut. Google Play Store dan Apple App Store sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur tingkat penerimaan dan popularitas aplikasi oleh pengguna (Ajibade *et al.*, 2023:41). Berdasarkan data survei pengguna yang dikumpulkan dari Play Store per Januari 2026, perbandingan jumlah unduhan dan rating beberapa bank digital dapat dilihat pada grafik berikut:

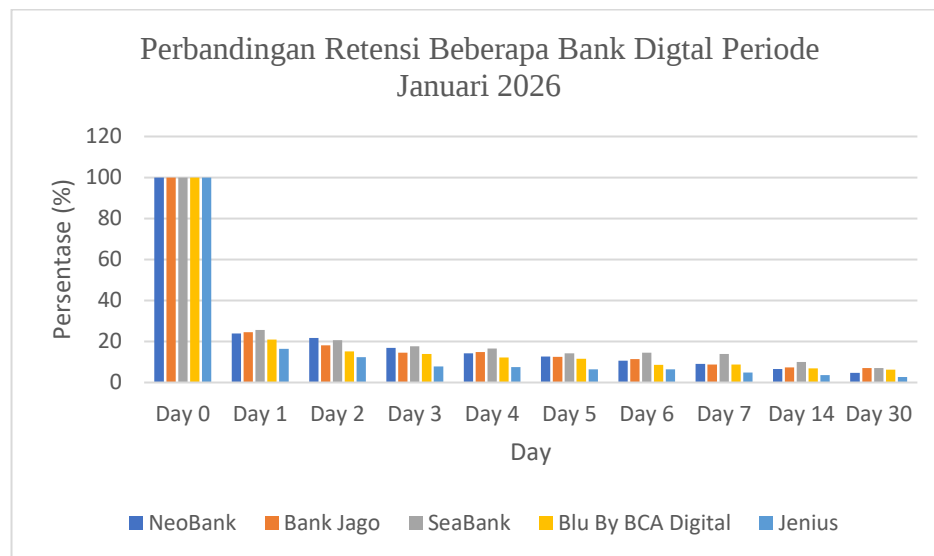


Sumber: PlayStore (2026)

Gambar 1.3
Perbandingan Jumlah Pengguna & Rating Aplikasi Bank Digital pada Playstore (2026)

Dapat dilihat pada Gambar 1.2, seluruh bank digital utama di Indonesia telah mencapai jumlah unduhan dan rating yang tinggi, bahkan rata-rata sudah mencapai lebih dari 10 juta unduhan dan rata-rata rating mencapai 4. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat akuisisi pengguna pada industri bank digital tergolong kuat. Meskipun akuisisi pengguna bank digital di Indonesia tergolong tinggi, angka unduhan dan rating belum tentu mencerminkan keterlibatan jangka panjang (*retensi*) pengguna (Attabik *et al.*, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Octaviano (2024) menjelaskan bahwa Bank Jago mengalami penurunan retensi pengguna pada tanggal 4 Agustus 2024, menurun 66,6% dari 12 juta nasabah yang menggunakan bank digital. Dari 12 juta nasabah yang aktif dan terus menggunakan bank digital tersebut, hanya 4 juta nasabah yang tersisa. Fenomena tersebut sejalan dengan beberapa penurunan retensi yang ada di beberapa bank digital, sebagai berikut:



Sumber: Similarweb, 2026

Gambar 1. 4

Perbandingan Retensi Beberapa Bank Digital Periode Januari 2026

Analisis retensi pada Gambar 1.4 menunjukkan bahwa seluruh aplikasi bank digital mengalami penurunan tingkat retensi pengguna sejak hari pertama penggunaan dan terus menurun dari waktu ke waktu. Pada hari pertama, tingkat retensi *NeoBank* tercatat sebesar sekitar 23%, berada di bawah *SeaBank* namun relatif mendekati *Bank Jago* dan lebih tinggi dibanding beberapa bank digital lainnya. Selanjutnya, pada hari ke-30 tingkat retensi *NeoBank* mengalami penurunan menjadi sekitar 3,84%, lebih rendah dibanding *SeaBank* sebesar 5,52%, *Bank Jago* sebesar 4,40%, dan *blu by BCA Digital* sebesar 4,26%, namun masih lebih tinggi dibanding *Jenius* sebesar 2,15%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *NeoBank* mengalami penurunan retensi pengguna yang cukup tinggi dari waktu ke waktu.

Di sisi lain, berdasarkan data pada *Play Store*, *NeoBank* memiliki rating yang relatif tinggi yaitu sebesar 4,8 serta telah diunduh lebih dari 10 juta kali.

Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara tingginya penilaian pengguna dan jumlah unduhan dengan keberlanjutan penggunaan layanan (*continuance intention*) pengguna NeoBank. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi *continuance intention* pengguna NeoBank.

Penurunan retensi pengguna pada layanan bank digital tidak terlepas dari pengalaman yang dirasakan pengguna saat memanfaatkan aplikasi. Pengalaman tersebut sering kali tercermin dalam ulasan yang dipublikasikan oleh pengguna pada platform *Google Play Store*. Ulasan tersebut merupakan bentuk *user-generated content* yang menggambarkan persepsi dan penilaian pengguna terhadap layanan yang mereka gunakan. (Suryaningsih *et al.*, 2025). Selain itu, dominasi ulasan negatif dapat meningkatkan persepsi risiko di kalangan pengguna, yang pada akhirnya berpotensi menurunkan kepuasan serta menghambat keberlanjutan penggunaan layanan (*continuance intention*) (Muis *et al.*, 2021).

Ulasan pengguna pada *Play Store* dapat menunjukkan berbagai keluhan yang dirasakan selama menggunakan layanan bank digital. Keluhan tersebut dapat berkaitan dengan kemudahan penggunaan, stabilitas aplikasi, keamanan, maupun manfaat layanan yang diterima pengguna. Kondisi ini penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi kepuasan pengguna serta keberlanjutan penggunaan layanan (*continuance intention*). Selain itu, pola keluhan yang muncul juga dapat memberikan gambaran mengenai aspek layanan yang masih perlu diperbaiki oleh penyedia bank digital. Oleh karena itu, dilakukan penelusuran terhadap ulasan

pengguna pada masing-masing aplikasi bank digital yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. 3
Perbandingan Beberapa Persentase (%) Ulasan Negatif Pada Beberapa Aplikasi Bank Digital Periode Januari 2026

Topik	<i>NeoBank</i> (-)	Bank Jago (-)	SeaBank (-)	Blu by BCA Digital (-)	Jenius (-)
Seluruh topik	1710 (26,7%)	1.208 (32,5%)	14.941 (7,9%)	350 (76,4%)	171 (73,3%)
Umpan balik umum	946 (3,1%)	593 (3,7%)	11.023 (1,3%)	46 (30,4%)	33 (18,2%)
Stabilitas	469 (67,2%)	359 (78%)	1.693 (39,6%)	198 (87,4%)	82 (86,6%)
Harga & Pembayaran	326 (35%)	192 (32,8%)	2.008 (17,6%)	31 (83,9%)	38 (81,6%)
Daftar & Masuk	174 (54,6%)	221 (93,7%)	397 (81,6%)	94 (93,6%)	-
Konektivitas	113 (81,4%)	89 (79,8%)	604 (46,5%)	44 (81,8%)	15 (93,3%)
Antarmuka Pengguna & UX	110 (16,4%)	85 (23,5)	520 (4%)	34 (70,6%)	13 (84,6%)
Privasi & Keamanan	44 (45,5%)	12 (50%)	119 (16,8%)	-	7 (71,4%)
Pemberitahuan & Peringatan	13 (93,3)	6 (83,3%)	12 (66,7%)	1 (100%)	2 (100%)
Penggunaan Sumber Daya	10 (100%)	5 (40%)	16 (37,5%)	11 (36,4%)	2 (100%)
Hapus Instalasi	10 (80%)	3 (100%)	3 (100%)	5 (100%)	5 (100%)
Memperbarui	8 (100%)	7 (85,7%)	25 (72%)	8 (87,5%)	3 (66,7%)
Iklan	7 (85,7%)	3 (66,7%)	34 (38,2%)	2 (0%)	3 (66,7%)
Kompatibilitas Perangkat	2 (50%)	7 (100%)	13 (53,8%)	3 (100%)	5 (100%)
Layanan Lokasi	1 (100%)	2 (100%)	4 (75%)	3 (100%)	-
Penerjemahan & Internasionalisasi	1 (100%)	1 (100%)	39 (0%)	-	-
Tutorial	-	-	7 (14,3%)	1 (100%)	-

Sumber: Similaweb, 2026

Berdasarkan Tabel 1.3, terlihat bahwa setiap aplikasi bank digital memiliki proporsi ulasan negatif yang berbeda-beda pada berbagai topik. Secara umum, Blu by BCA Digital (76,4%) dan Jenius (73,3%) menunjukkan persentase ulasan negatif tertinggi pada seluruh topik, sementara *SeaBank* memiliki persentase negatif terendah (7,9%). *NeoBank* sendiri mencatat persentase ulasan negatif sebesar

(26,7%), yang menunjukkan bahwa lebih dari seperempat ulasan pengguna mengandung sentimen negatif. Kondisi tersebut menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara ekspektasi awal pengguna dengan pengalaman nyata saat menggunakan aplikasi. Ketidaksesuaian ini dapat menyebabkan penurunan persepsi terhadap manfaat yang diperoleh (*perceived usefulness*) serta berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pengguna (Alfiyaturrohmah *et al.*, 2026:9).

Jika dilihat dari berbagai topik ulasan, keluhan paling dominan yang terlihat dari beberapa bank digital tersebut berkaitan dengan stabilitas sistem, proses pendaftaran dan *login*, serta konektivitas aplikasi. Dominasi keluhan tersebut menunjukkan bahwa pengguna masih menghadapi hambatan teknis dalam proses penggunaan layanan yang bisa menurunkan persepsi kegunaan terhadap aplikasi-aplikasi tersebut dan berdampak pada niat penggunaan (Alhamro *et al.*, 2026:2595). Dengan demikian, tingginya persentase keluhan pada aspek stabilitas dan akses tidak hanya menunjukkan masalah teknis, tetapi juga mengindikasikan potensi menurunnya kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi bank digital.

Berbagai fenomena tersebut menunjukkan bahwa tingginya jumlah pengguna serta perolehan rating yang baik tidak selalu menjamin keberlanjutan penggunaan aplikasi dalam jangka panjang. Meskipun layanan mobile banking mampu menarik pengguna pada tahap awal, keberlanjutan penggunaan layanan tersebut tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti manfaat yang dirasakan, tingkat keamanan, serta kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan. Selain itu, pengguna dengan tingkat kepercayaan diri yang rendah dalam mengoperasikan aplikasi cenderung menghentikan penggunaan layanan ketika

menghadapi kesulitan dalam penggunaan sistem (Ginting *et al.*, 2023). Kondisi ini tercermin dari tingginya persentase ulasan negatif pada beberapa aspek teknis, yang mengindikasikan adanya potensi risiko serta ketidakpuasan pengguna terhadap layanan yang disediakan.

Dalam perbandingan dengan beberapa aplikasi bank digital lainnya, *NeoBank* memiliki karakteristik yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Meskipun jumlah pengguna dan rating aplikasi tergolong tinggi, *NeoBank* mengalami penurunan tingkat retensi yang cukup signifikan. Berdasarkan data Januari 2026, persentase ulasan negatif tercatat sebesar 26,7%, dengan keluhan yang didominasi oleh masalah stabilitas sistem, konektivitas, serta kendala dalam proses akses aplikasi. Meskipun tingkat ulasan negatif tersebut bukan yang tertinggi, kesenjangan antara jumlah pengguna dan rating yang tinggi dengan retensi yang rendah dan banyaknya ulasan negatif mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara harapan awal dengan kinerja aktual aplikasi.

Bank Neo Commerce Tbk. (*NeoBank*) merupakan bank digital murni yang beroperasi pada tahun 2020 setelah bertransformasi dari konvensional yang sebelumnya dikenal dengan Bank Yudha Bhakti menjadi layanan digital murni berbasis aplikasi. Aplikasi perbankan digital *NeoBank* memiliki keunggulan dengan menawarkan bunga tabungan/tinggi (mencapai 8% per tahun), bebas biaya admin, gratis transfer, investasi dan pinjaman online. Selain itu, *NeoBank* juga merupakan bank yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta merupakan peserta penjaminan Lembaga Penjaminan Simpanan (LPS) (PT Bank Neo Commerce Tbk, 2026).

Meskipun di Play Store aplikasi *NeoBank* sudah diunduh oleh 10 juta lebih pengguna dan memiliki rating 4,8 dengan 328 ribu ulasan, namun masih ada ulasan negatif yang memberikan penilaian 1 dan 2 pada aplikasi *NeoBank* di PlayStore. Beberapa ulasan negatif tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. 4
Ulasan Negatif di PlayStore pada Aplikasi *NeoBank*

No	Nama	Tanggal	Ulasan PlayStore	Kategori
1	Bhona Cell	20 Februari 2026	Masuk biasa pake finger tiba2 koneksi gagal padahal buka seabank lancar... terus tiba2 suruh login pake password dan otp setelah masuk otp dgn benar akunnya ditangguhkan... mana itu ada uang yang mau diambil malah ditangguhkan 24jam hadeuh kacau apk neotolol	Error Sistem, Gangguan Login & Suspensi Akun
2	Aldi Ginanjar	25 Februari 2026	Fitur deposito lumayan, tapi perlu diperjelas soal perpanjangan otomatis (ARO). Saya baru sadar deposito diperpanjang dan tanggal jatuh tempo berubah.	Transparansi Produk, Ketidakjelasan ARO Deposito
3	Syakban Ray	28 Januari 2026	kenapa sebulan terakhir ini jadi lemot bgt aplikasinya... akhirnya saya beralih ke bank lain.	Performa Aplikasi, Loading Lambat
4	kurangP7h06	11 Februari 2026	masa saya setiap daftar gabisa, kaya upload foto ktp lama banget sama gabisa... tiap upload foto ktp selalu gagal padahal udah coba berkali-kali	Registrasi Bermasalah, Verifikasi Dokumen Gagal
5	Lailatus Syadiyah	26 Januari 2026	udah lama instal apknya, tapi kenapa susah pwoll buat daftar masukkan ktp... perlu retake berkali-kali ga berhasil	Registrasi Bermasalah, Onboarding Error
6	Arafah rafah	10 Desember 2025	tolong balas email pesan saya kak... saya hubungi costumer service bank neo tidak ada balasan sama sekali	Kualitas Layanan , CS Tidak Responsif
7	Riks Nia	14 Desember 2025	tolong data saya jgn di salah gunakan ya... tp sy sudah terlanjur scan KTP dan	Keamanan & Privasi, Kekhawatiran Data

No	Nama	Tanggal	Ulasan PlayStore	Kategori
			wajah. mohon jgn menyebar data saya.	
8	Heni Wahyuningsih	10 November 2025	saya udah mendaftar, udah verifikasi wajah tiba-tiba hilang, gak bisa buka lagi aplikasinya... mohon data tidak disalah gunakan.	Error Sistem, Gangguan Akun
9	David Soller	17 Februari 2026	saya top up di tabungan neo... tapi tdk bisa buat transfer padahal saldo ada... dengan alasan rekening tidak aktif.	Transaksi Gagal, Transfer Tidak Bisa
10	Arasy Najmi Athallah	25 Januari 2026	tolong dong, kalau ada promo terutama diskon qris itu dibuat merata aja jangan dilimit... sehingga tidak adil.	Transparansi Promo, Ketidakadilan Promo
11	Ashiddiq	28 Januari 2026	saya sudah melunasi semua tagihan di Bank Neo Commerce dan sudah diberikan SKL... tapi masih ada aja yang terus2an telpon untuk menagih pinjaman saya.	Kesalahan Data Keuangan, Status Pinjaman Tidak Update
12	Krisna Rahim	20 Januari 2026	Aplikasi Bank dengan Layanan yang sangat 'BURUK'... untuk buka rekening personal saja selalu ditolak dan gagal.	Layanan Buruk , Pembukaan Rekening Gagal
13	Riky Rosadi	7 Januari 2026	aplikasi sudah di update, jaringan sudah stabil. tp kenapa masih timeout dan loading sangat lama	Performa Aplikasi, Timeout
14	Bagus Pribadi	20 Februari 2026	buka deposito di tgl 18 Januari yg harusnya jatuh tempo tgl 18 februari knp malah diundur jdi 18 maret?	Kesalahan Transaksi, Perubahan Jatuh Tempo
15	Sitisundari Nasution	16 November 2025	dari awal saya daftar akun terdapat limit pinjaman... tapi pas pengajuan selalu ERROR padahal semua data lengkap.	Transaksi Gagal, Error Pengajuan Pinjaman

Sumber: PlayStore, 2026

Ulasan negatif pada Tabel 1.4 menunjukkan *NeoBank* masih memiliki kendala yang masih menjadi perhatian pengguna, terutama terkait stabilitas sistem, kejelasan produk, keamanan data serta kualitas layanan. Beberapa keluhan tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman aktual sebagian pengguna belum sepenuhnya

memenuhi ekspektasi awal mereka, masih banyak risiko-risiko, serta kurangnya manfaat dari sistem pada aplikasi tersebut, yang dapat memengaruhi kepuasan (*Satisfaction*) dan pada akhirnya memengaruhi niat keberlanjutan (*Continuance Intention*) pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Fenomena-fenomena tersebut menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut, khususnya pada Generasi Z. kondisi tersebut dikarenakan Generasi Z merupakan generasi “*digital native*” yang lahir di lingkungan digital. Hal ini membuat generasi ini tidak hanya melek teknologi tetapi juga memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap sistem dalam aplikasi digital (Karomah *et al.*, 2025:690). Aktivitas yang paling sering dilakukan meliputi transfer dana, pengisian saldo *e-wallet*, pembayaran melalui QRIS, menabung, serta pembayaran berbagai tagihan rutin (Mayasari, 2025). Selain itu, Generasi Z cenderung memprioritaskan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan transaksi digital. Hal tersebut mendorong tingginya intensitas penggunaan aplikasi perbankan digital pada generasi ini (Puspita & Fasa, 2025).

Selain faktor generasi, penelitian ini juga difokuskan pada Kota Bandung, di Jawa Barat. Pemilihan Kota Bandung didasarkan pada tingginya konsentrasi usia muda yang didominasi oleh Generasi Z serta tingginya penggunaan teknologi digital. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2024), Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan jumlah mahasiswa terbesar di Indonesia, yaitu sebanyak 856.961 jiwa, dimana Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan mahasiswa terbanyak di Jawa Barat, yaitu sebanyak 305.412 jiwa. Tingginya jumlah mahasiswa

di Kota Bandung menjadi salah satu indikator besarnya populasi usia muda yang sebagian besar termasuk dalam kelompok Generasi Z.

Selain itu, tingkat penetrasi internet dan penggunaan perangkat digital di Kota Bandung tergolong tinggi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2025) menunjukkan bahwa pengguna internet di Kota Bandung tahun 2024 mencapai 85% dari total penduduk Kota Bandung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Kota Bandung memiliki karakteristik yang relevan dengan perilaku penggunaan layanan digital, termasuk layanan perbankan digital, sehingga dinilai sesuai sebagai lokasi penelitian mengenai pengguna NeoBank pada Generasi Z.

Berbagai fenomena tersebut menunjukkan bahwa meskipun tingkat adopsi awal layanan *NeoBank* tergolong tinggi, masih terdapat tantangan dalam mempertahankan penggunaan jangka panjang. Hal ini mengindikasikan bahwa *Continuance Intention* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh persepsi dan pengalaman pengguna. Dalam konteks ini, *Confirmation* memengaruhi *Perceived Usefulness* dan *Satisfaction*, di mana persepsi manfaat turut meningkatkan kepuasan pengguna. Sementara itu, *Perceived Risk* juga memengaruhi *Satisfaction*. Selanjutnya, *Satisfaction* berperan dalam mendorong *Continuance Intention*. Oleh karena itu, pengaruh *Confirmation* melalui *Perceived Usefulness* serta *Perceived Risk* terhadap *Satisfaction* dan dampaknya terhadap *Continuance Intention* penting untuk diteliti.

Untuk memahami terbentuknya niat keberlanjutan penggunaan pada layanan berbasis teknologi, penelitian ini merujuk pada *Expectation Confirmation Model* (ECM) yang diperkenalkan oleh Bhattacharjee (2001). Model ini

menjelaskan bahwa setelah penggunaan awal suatu sistem, pengguna akan mengevaluasi sistem dengan membandingkan pengalaman aktual dengan harapan awal yang dimiliki (*Confirmation*). *Confirmation*, yaitu ekspektasi awal pengguna terhadap kesesuaian performa sistem yang dirasakan oleh pengguna (Beura *et al.*, 2023). Evaluasi pasca penggunaan tersebut menjadi dasar terbentuknya penilaian lanjutan terhadap layanan. Penelitian Almaiah *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa hasil evaluasi ini berperan penting dalam membentuk kepuasan pengguna terhadap layanan digital. Sejalan dengan itu, Ubaidillah *et al.*, (2023:161) menegaskan bahwa evaluasi pasca-penggunaan menjadi aspek krusial dalam menjelaskan terbentuknya kepuasan dan niat keberlanjutan penggunaan pada layanan perbankan digital berbasis aplikasi.

Dalam kerangka ECM, *Confirmation* tidak hanya memengaruhi *Satisfaction*, tetapi juga membentuk *Perceived Usefulness*. Ketika pengalaman penggunaan sesuai dengan harapan, pengguna akan menilai sistem lebih bermanfaat, sehingga meningkatkan kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berperan dalam menjembatani pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction*. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat dalam aktivitas yang dilakukan (Luo *et al.*, 2024).

Dalam konteks perbankan digital, manfaat tersebut dapat berupa penghematan biaya, efisiensi waktu, efektivitas, serta kinerja perbankan mereka seperti kecepatan transaksi, aksesibilitas kapan saja, dan pengelolaan uang lebih baik (Nurahmasari *et al.*, 2023:17). Menurut Hidayat-ur-Rehman *et al.*, (2021)

perceived usefulness berpengaruh positif terhadap kepuasan dan niat keberlanjutan penggunaan *mobile banking*. Artinya, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin kuat kecenderungan pengguna untuk mempertahankan penggunaan aplikasi. . Hal ini didukung oleh penelitian Beura *et al.*, (2023), Natalia *et al.*, (2025), dan Habib *et al.*, (2025) yang menunjukkan bahwa *confirmation* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*, serta *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction*.

Namun demikian, layanan keuangan digital tidak terlepas dari unsur risiko. *Perceived risk* merujuk pada persepsi pengguna terhadap potensi ancaman, ketidakpastian dan kemungkinan kerugian pengguna terkait penyalahgunaan data pribadi, kebocoran informasi serta gangguan keamanan sistem (Lestari *et al.*, 2025:1141). Kondisi ini menjadikan *perceived risk* sebagai faktor yang dapat menurunkan kepuasan pengguna dan menghambat penggunaan berkelanjutan. (Sulistiawati *et al.*, 2025:224). Dalam penelitiannya Rakocevic *et al.*, (2025) menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *Satisfaction*, di mana semakin tinggi risiko yang dirasakan, maka tingkat kepuasan cenderung menurun.

Kepuasan pengguna (*Satisfaction*) merupakan hasil evaluasi terhadap pengalaman penggunaan setelah mempertimbangkan manfaat dan risiko yang dirasakan (Clara & Tua, 2025). Ketika manfaat yang diperoleh tinggi dan risiko yang dirasakan rendah, maka kepuasan pengguna akan meningkat (Wiratama *et al.*, 2026). Kepuasan ini selanjutnya menjadi faktor utama yang memengaruhi

continuance intention, di mana pengguna yang puas cenderung akan terus menggunakan layanan dalam jangka panjang (Ginting *et al.*, 2023:232).

Hal ini didukung oleh penelitian Simbolon & Klesia (2024) yang menemukan bahwa *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention* pada pengguna *paylater*. Selanjutnya, Natalia *et al.*, (2025) menunjukkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* pada penggunaan *superapps mobile banking*. Sejalan dengan itu, Ubaidillah *et al.*, (2023) menemukan bahwa *satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada aplikasi *mobile payment*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan penggunaan layanan digital, termasuk layanan perbankan digital seperti NeoBank.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu umumnya belum menguji secara spesifik peran *perceived usefulness* sebagai variabel yang memediasi pengaruh *confirmation* terhadap *satisfaction*, serta masih terbatas penelitian yang mengkaji pengaruh *perceived risk* terhadap *Satisfaction* dalam satu model terintegrasi, khususnya pada konteks aplikasi *NeoBank*. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis **“Pengaruh Confirmation Melalui Perceived Usefulness Serta Perceived Risk Terhadap Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna NeoBank Generasi Z Di Kota Bandung”**. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan strategis bagi *NeoBank* dalam meningkatkan persepsi manfaat

layanan, meminimalkan persepsi risiko, serta meningkatkan kepuasan pengguna guna memperkuat *continuance intention* di kalangan generasi muda.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi dan rumusan masalah merupakan tahapan penting dalam suatu penelitian. Identifikasi masalah bertujuan untuk merumuskan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang agar peneliti dan pembaca dapat memahami fenomena yang relevan dengan variabel penelitian. Sementara itu, rumusan masalah merupakan penjabaran lebih spesifik dari permasalahan tersebut yang disusun dalam bentuk pertanyaan penelitian.

Berdasarkan latar belakang penelitian, permasalahan yang akan diteliti berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi *continuance intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank*. Dalam penelitian ini, *confirmation* diasumsikan berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*. Selanjutnya, *perceived usefulness* berperan dalam meningkatkan *satisfaction*, sehingga membentuk hubungan mediasi antara *confirmation* dan *satisfaction*. Di sisi lain, *perceived risk* diduga memengaruhi *satisfaction*. Selain itu, *satisfaction* diperkirakan berperan dalam mendorong *continuance intention* pengguna terhadap layanan bank digital.

Oleh karena itu, penting untuk menguji hubungan antarvariabel tersebut dalam satu model penelitian guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan bank digital. Berdasarkan latar belakang penelitian,

permasalahan yang akan diteliti berkaitan dengan faktor-faktor yang diduga memengaruhi *continuance intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank*.

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan niat keberlanjutan (*Continuance Intention*) pengguna pada aplikasi *NeoBank*, khususnya pada Generasi Z di Kota Bandung, sebagai berikut:

1. Meskipun tingkat penetrasi internet dan pertumbuhan transaksi digital di Indonesia terus meningkat, tingkat retensi pengguna aplikasi bank digital, termasuk *NeoBank*, masih relatif rendah pada periode awal penggunaan.
2. Jumlah unduhan dan rating aplikasi *NeoBank* di Play Store tergolong tinggi, namun belum sepenuhnya mencerminkan keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) dalam jangka panjang.
3. Masih ditemukan berbagai kendala teknis dalam penggunaan aplikasi *NeoBank*, seperti gangguan sistem, login gagal, timeout, serta keterlambatan atau kegagalan transaksi.
4. Proses pendaftaran dan verifikasi akun pada *NeoBank* dinilai sebagian pengguna belum optimal, khususnya pada tahap unggah dokumen dan verifikasi identitas.
5. Stabilitas sistem dan konektivitas aplikasi *NeoBank* masih menjadi keluhan dominan dalam ulasan pengguna.

6. Keamanan dan privasi data pengguna masih menjadi perhatian, terutama terkait kekhawatiran penyalahgunaan data pribadi serta akses tidak sah pada akun.
7. Terdapat indikasi ketidaksesuaian antara ekspektasi awal pengguna terhadap layanan *NeoBank* dengan pengalaman aktual setelah penggunaan (*confirmation*).
8. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) yang dirasakan pengguna diduga belum optimal dalam meningkatkan kepuasan pengguna.
9. Persepsi risiko (*perceived risk*) yang muncul akibat gangguan sistem, kendala transaksi, dan isu keamanan diduga memengaruhi tingkat kepuasan pengguna.
10. *Satisfaction* diduga menjadi faktor kunci yang memengaruhi *continuance intention* pengguna aplikasi *NeoBank*.
11. *Confirmation* diduga berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dan *Satisfaction*, serta *perceived usefulness* diduga memediasi pengaruh *confirmation* terhadap *Satisfaction*.
12. Penelitian yang secara khusus menguji integrasi *confirmation*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* dalam membentuk *Satisfaction* serta dampaknya terhadap *continuance intention* pada pengguna *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung masih terbatas.

1.2.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah terbagi dalam deskriptif dan verifikatif, berikut merupakan rumusan masalah deskriptif:

1. Bagaimana kondisi *confirmation* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
2. Bagaimana kondisi *Perceived Usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
3. Bagaimana kondisi *Perceived Risk* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
4. Bagaimana kondisi *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
5. Bagaimana kondisi *Continuance Intentionn* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.

Berikut merupakan rumusan masalah verifikatif:

1. Bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.
2. Bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.
3. Bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction* melalui *Perceived Usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.
4. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.
5. Bagaimana pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.
6. Bagaimana pengaruh *Satisfaction* terhadap *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank* generasi Z di Kota Bandung.

7. Bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Continuance Intention* melalui *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
8. Bagaimana pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Continuance Intention* melalui *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
9. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Continuance Intention* melalui *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
10. Bagaimana pengaruh *Confirmation* terhadap *Continuance Intention* melalui *Perceived Usefulness* dan *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara deskriptif dan verifikatif. berikut merupakan tujuan deskriptif yaitu, bertujuan untuk mengetahui:

1. Kondisi *confirmation* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
2. Kondisi *Perceived Usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
3. Kondisi *Perceived Risk* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.

4. Kondisi *Satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
5. Kondisi *Continuance Intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.

Berikut merupakan tujuan verifikatif yaitu, bertujuan untuk menganalisis:

1. Pengaruh *confirmation* terhadap *perceived usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
2. Pengaruh *confirmation* terhadap *satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
3. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
4. Pengaruh *perceived risk* terhadap *satisfaction* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
5. Pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.
6. Pengaruh *Confirmation* terhadap *Satisfaction* melalui *Perceived Usefulness* pada pengguna aplikasi *NeoBank* Generasi Z di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengaruh *confirmation* melalui *perceived usefulness* serta *perceived risk* terhadap *Satisfaction* dan dampaknya terhadap *continuance intention* pada aplikasi *NeoBank*, khususnya pada Generasi Z di Kota Bandung. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi dasar bagi pihak manajemen *NeoBank* dalam meningkatkan kualitas sistem dan layanan digital, memperkuat persepsi manfaat yang dirasakan pengguna, serta meminimalkan persepsi risiko guna meningkatkan *Satisfaction* dan keberlanjutan penggunaan aplikasi.

Secara lebih luas, penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku pengguna dalam konteks perbankan digital dengan menggunakan kerangka *Expectation Confirmation Model* (ECM), khususnya dalam menjelaskan peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi serta *perceived risk* sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *Satisfaction* dan *continuance intention* pada layanan keuangan digital berbasis aplikasi, khususnya di kalangan Generasi Z sebagai digital native.

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang perilaku konsumen dan bisnis digital, terkait pengaruh *confirmation* melalui *perceived usefulness* serta *perceived risk* terhadap *Satisfaction* dan dampaknya terhadap *continuance intention* dalam penggunaan aplikasi perbankan digital. Penelitian ini juga memperkaya penerapan *Expectation Confirmation Model* (ECM) dalam konteks layanan bank digital di Indonesia.

2. Menjadi referensi akademik bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya, khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan, Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Bisnis Digital, yang ingin mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *Satisfaction* dan *continuance intention* pada layanan keuangan digital berbasis aplikasi, terutama dengan mempertimbangkan peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi serta *perceived risk* sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian mengenai pengaruh *confirmation* melalui *perceived usefulness* serta *perceived risk* terhadap *Satisfaction* dan dampaknya terhadap *continuance intention* pada pengguna aplikasi *NeoBank* di kalangan Generasi Z Kota Bandung ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi Peneliti
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen, khususnya pada konsentrasi Bisnis Digital, terkait *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Satisfaction*, dan *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi perbankan digital.
 - b. Meningkatkan pemahaman mengenai peran *perceived usefulness* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *confirmation* dan *Satisfaction*, serta pengaruh *perceived risk* terhadap kepuasan pengguna.
 - c. Menambah pengalaman empiris dengan membandingkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi nyata di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

- a. Menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kesesuaian harapan pengguna (*Confirmation*) agar mampu menciptakan kepuasan yang berkelanjutan.
- b. Menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*) guna mendorong niat penggunaan berkelanjutan (*Satisfaction*).
- c. Menjadi masukan dalam meningkatkan *Satisfaction* sehingga mampu memperkuat loyalitas dan keberlanjutan penggunaan aplikasi di kalangan Generasi Z.

3. Bagi Pihak Lain.

- a. Dapat menjadi referensi atau sumber informasi tambahan bagi pembaca terkait faktor-faktor yang memengaruhi *Satisfaction* dan *Continuance Intention* dalam penggunaan aplikasi digital banking.
- b. Menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji topik serupa, khususnya dalam bidang manajemen dan bisnis digital.