

Perilaku *Continuance Intention* dalam Layanan Perbankan: Perspektif *Expectation Confirmation Theory*

Ema Trisnawati¹, Lisha Zein Chaniago², Taryati Sukmawati³

¹Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia

^{2&3}Manajemen, Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 2026,12-29

Revised: 2026, 04-20

Accepted: 2026,05-24

Keywords:

Expectation Confirmation,
Service Quality
Customer Satisfaction
Continuance Intention
Banking Services.

ABSTRACT

Studi ini menelaah peran *service quality* dan *expectation confirmation* dalam membentuk *continuance intention* nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Pontianak, dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan kuantitatif eksplanatori melalui survei terhadap 229 nasabah yang dipilih secara *purposive*, yakni mereka yang telah berinteraksi dengan layanan BRI lebih dari satu kali dalam dua minggu terakhir. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berbasis SmartPLS 3.0. Hasil menegaskan peran sentral *expectation confirmation*: variabel ini berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, baik secara langsung maupun melalui kepuasan. Kepuasan nasabah sendiri terbukti menjadi prediktor kuat keberlanjutan penggunaan layanan. Sebaliknya, *service quality* tidak menunjukkan pengaruh langsung maupun tidak langsung yang signifikan, mengindikasikan bahwa kualitas layanan dipersepsikan nasabah sebagai standar dasar yang wajib dipenuhi, bukan sebagai sumber pembeda yang mendorong loyalitas. Temuan ini menggarisbawahi bahwa keberlanjutan hubungan nasabah bank lebih ditentukan oleh kesesuaian antara harapan dan pengalaman aktual ketimbang oleh kualitas layanan semata. Penelitian ini terbatas pada nasabah satu bank di satu kota dengan desain *cross-sectional*, sehingga generalisasi pada bank lain atau wilayah dengan struktur ekonomi berbeda perlu diteliti lebih lanjut. Secara praktis, BRI Pontianak disarankan memprioritaskan pengelolaan ekspektasi nasabah sejak titik awal interaksi. Secara teoretis, studi ini memperluas penerapan *Expectation Confirmation Theory* pada konteks layanan perbankan konvensional di negara berkembang.

This study examines the roles of service quality and expectation confirmation in shaping the continuance intention of Bank Rakyat Indonesia (BRI) customers in Pontianak, with customer satisfaction serving as a mediating variable. A quantitative explanatory approach was employed through a survey of 229 customers selected purposively, namely those who had used BRI services more than once within the past two weeks. The data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0. The findings confirm the central role of expectation confirmation: this variable significantly affects continuance intention, both directly and through customer satisfaction. Satisfaction itself proves to be a strong predictor of sustained service use. By contrast, service quality shows no significant direct or indirect effect, suggesting that customers perceive service quality as a baseline requirement rather than as a differentiator that drives loyalty. These findings underscore that the sustainability of the customer-bank relationship is shaped more by the fit between expectations and actual experience than by service quality alone. The study is limited to customers of a single bank in one city using a cross-sectional design, so generalization to other banks or regions with different economic structures warrants further investigation. Practically, BRI Pontianak is advised to prioritize managing customer expectations from the earliest points of interaction. Theoretically, this study extends the application of Expectation Confirmation Theory to conventional banking services in a developing-country context.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Corresponding Author:

Ema Trisnawati,

Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia

etrisna@ibe.ac.id

Pendahuluan

Perkembangan industri jasa keuangan global dalam satu dekade terakhir menunjukkan pergeseran yang semakin kuat dari orientasi transaksi jangka pendek menuju pembangunan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Globalisasi sektor perbankan, akselerasi transformasi digital, serta meningkatnya daya kritis konsumen mendorong bank untuk tidak hanya berfokus pada akuisisi nasabah baru, tetapi juga pada keberlanjutan penggunaan layanan oleh nasabah yang telah ada. Persaingan yang semakin terbuka, keberhasilan institusi perbankan tidak lagi semata diukur dari pertumbuhan volume transaksi, melainkan berdasarkan kemampuan menjaga hubungan yang cenderung lebih stabil dan berkelanjutan dengan nasabah. Berbagai kajian menunjukkan bahwa keberlanjutan hubungan pelanggan berkontribusi langsung terhadap efisiensi biaya, stabilitas pendapatan, dan ketahanan bisnis jasa keuangan dalam jangka panjang (Alan *et al.*, 2016; Kotler & Keller, 2021)

Di Indonesia, untuk sektor perbankan memiliki peran yang sangat strategis dalam menjaga stabilitas sistem keuangan sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. OJK (2025), menyatakan jika bank milik negara menguasai lebih dari separuh total aset perbankan nasional dan memiliki basis nasabah terbesar, terutama pada segmen ritel dan usaha mikro, kecil, dan menengah. Bank BUMN secara kolektif menguasai lebih dari 50% total aset perbankan nasional dan menjadi penyedia utama layanan keuangan bagi segmen ritel serta UMKM. Bank milik negara memegang peranan dominan melalui jangkauan layanan yang luas, basis nasabah yang besar, serta adanya keterlibatan aktif dalam pembiayaan sektor produktif dan perluasan inklusi keuangan. Karakteristik tersebut menjadikan interaksi antara bank dan nasabah berlangsung secara intens dan berulang, terutama pada segmen ritel dan usaha mikro hingga menengah. Kondisi ini memperkuat hubungan kajian mengenai keberlanjutan penggunaan layanan, karena keputusan nasabah untuk tetap bertahan sangat dipengaruhi oleh pengalaman layanan sehari-hari yang dirasakan (OJK, 2025; Widjaya *et al.*, 2024). Kota Pontianak sebagai salah satu pusat aktivitas ekonomi di Kalimantan Barat, memiliki struktur perekonomian daerah yang ditopang oleh berbagai sektor seperti sektor perdagangan, jasa, dan UMKM menjadikan layanan perbankan sebagai kebutuhan utama dalam aktivitas keuangan masyarakat. Nasabah di daerah tidak hanya menuntut kemudahan akses layanan, tetapi juga konsistensi kualitas layanan yang mampu menjawab kebutuhan transaksi rutin maupun pembiayaan usaha. Tingginya frekuensi interaksi antara nasabah dan bank dalam konteks ini menjadikan pengalaman layanan sebagai faktor penentu dalam membentuk penilaian jangka panjang terhadap bank yang digunakan.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha yang sebagian besar atau seluruh modalnya dimiliki oleh negara dan diberi mandat strategis untuk menjalankan fungsi ekonomi sekaligus fungsi publik. Sektor Perbankan BUMN berperan menjaga stabilitas sistem keuangan, memperluas inklusi keuangan, dan mendukung agenda Pembangunan terutama di wilayah dan segmen yang kurang terlayani melalui layanan yang aman, terjangkau, dan berkelanjutan. Kelompok perbankan BUMN, masing-masing memiliki mandat dan fokus segmen yang berbeda. Secara umum, bank BUMN seperti Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, dan Bank Tabungan Negara memiliki porsi layanan yang relatif lebih besar pada segmen korporasi, komersial, pembiayaan perumahan, serta transaksi bernilai tinggi dengan frekuensi interaksi yang tidak selalu berlangsung harian. Karakteristik ini menyebabkan hubungan bank dan nasabah pada segmen tersebut cenderung bersifat episodik dan berbasis kebutuhan spesifik, sehingga evaluasi nasabah lebih sering terfokus pada kinerja produk atau kebijakan tertentu. Sebaliknya, Bank Rakyat Indonesia (BRI) menunjukkan karakteristik yang berbeda secara struktural. Berdasarkan laporan OJK (2025), BRI memiliki porsi nasabah ritel dan UMKM terbesar di antara bank BUMN, disertai jaringan unit kerja yang menjangkau hingga tingkat kecamatan dan pedesaan. Kondisi ini membentuk pola interaksi layanan yang lebih intens, berulang, dan terintegrasi dengan aktivitas ekonomi sehari-hari masyarakat. Keputusan nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank tidak hanya ditentukan oleh akses atau kewajiban administratif, tetapi oleh akumulasi pengalaman layanan yang dirasakan secara konsisten dari waktu ke waktu.

Pontianak sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Barat, memiliki struktur ekonomi daerah yang didominasi oleh sektor perdagangan, jasa, dan UMKM, dengan tingkat aktivitas transaksi ritel yang tinggi dan berlangsung secara berulang. Kondisi ini menjadikan layanan perbankan berperan langsung dalam aktivitas ekonomi harian masyarakat, bukan sekadar sebagai fasilitator transaksi insidental. Data Badan Pusat Statistik dan Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM dan

aktivitas perdagangan di Pontianak mendorong tingginya kebutuhan akan layanan perbankan yang bersifat operasional, seperti transaksi pembayaran, simpanan, dan pembiayaan mikro, sehingga intensitas interaksi antara nasabah dan bank relatif lebih tinggi dibandingkan wilayah dengan struktur ekonomi berbasis industri besar atau korporasi (BPS, 2024; OJK, 2025). Hal ini menjelaskan BRI di Pontianak mempunyai karakteristik layanan yang sangat terintegrasi dengan aktivitas ekonomi lokal. Jaringan unit kerja BRI yang tersebar hingga tingkat kecamatan memungkinkan bank berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM dan nasabah ritel secara berkelanjutan. Pola interaksi menciptakan lingkungan empiris ideal untuk mengamati bagaimana kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman layanan aktual dievaluasi dari waktu ke waktu.

Struktur ekonomi daerah yang didominasi oleh sektor perdagangan dan UMKM menjadikan interaksi antara nasabah dan bank berlangsung secara intens dan berulang. Permasalahan yang dihadapi perbankan tidak selalu berupa kegagalan layanan yang bersifat ekstrem, melainkan lebih sering muncul dalam bentuk ketidaksesuaian antara harapan awal nasabah dan kinerja layanan yang dirasakan. Layanan yang secara prosedural telah memenuhi standar belum tentu menghasilkan kepuasan apabila tidak sejalan dengan ekspektasi nasabah. Ketidaksesuaian tersebut mendorong nasabah melakukan evaluasi ulang terhadap manfaat yang diterima, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan untuk melanjutkan atau menghentikan penggunaan layanan. Pada titik inilah *continuance intention* menjadi representasi keputusan nasabah yang bersifat reflektif dan berorientasi jangka panjang. Hal ini juga menjelaskan bahwa keberlanjutan hubungan nasabah dengan bank tidak hanya ditentukan oleh kemudahan akses atau keterikatan administratif, tetapi sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan secara konsisten dalam aktivitas perbankan sehari-hari. Ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan berpotensi menurunkan kepuasan dan melemahkan niat nasabah untuk terus menggunakan layanan bank dalam jangka panjang (OJK, 2025; Rahi & Ghani, 2019).

Isu keberlanjutan hubungan tersebut menjadi semakin krusial dalam industri perbankan yang karakteristik layanannya bersifat tidak berwujud, berisiko, dan tentunya sangat bergantung pada kepercayaan. Nasabah perbankan mengevaluasi layanan tidak hanya dari hasil akhir transaksi, tetapi juga dari pengalaman layanan yang dirasakan secara konsisten pada berbagai titik interaksi. Oleh karena itu, *continuance intention* dipandang sebagai indikator penting yang mencerminkan keputusan nasabah untuk terus menggunakan layanan bank berdasarkan evaluasi pengalaman sebelumnya. Menurut Bhattacharjee (2001) dan Yuan *et al.* (2014), *Continuance intention* terbentuk melalui proses kognitif dan afektif yang melibatkan persepsi kinerja layanan, kesesuaian harapan, serta kepuasan yang dirasakan nasabah.

Pada industri perbankan, *continuance intention* menjadi indikator penting yang mencerminkan keberlanjutan hubungan antara nasabah dan bank, melampaui sekadar penggunaan awal layanan. Berbeda dengan niat adopsi, *continuance intention* terbentuk melalui evaluasi berulang atas pengalaman layanan yang dirasakan nasabah dalam jangka panjang. Bhattacharjee (2001) juga menegaskan bahwa keputusan penggunaan berkelanjutan ditentukan oleh sejauh mana kinerja layanan mampu mengonfirmasi harapan awal dan menghasilkan kepuasan. Sektor perbankan cenderung bersifat intensif interaksi dan berisiko tinggi, dimana keberlanjutan penggunaan layanan memiliki implikasi langsung terhadap stabilitas pendapatan, efisiensi biaya operasional, serta kekuatan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Studi empiris terbaru juga menunjukkan bahwa nasabah dengan tingkat kepuasan tinggi cenderung memiliki *continuance intention* yang lebih kuat, bahkan ketika tersedia berbagai alternatif layanan lain dengan fitur serupa (Rahi & Ghani, 2019; Yuan *et al.*, 2014). *Continuance intention* tidak hanya merefleksikan preferensi nasabah, tetapi juga menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan kinerja dan daya saing bank dalam lingkungan persaingan yang semakin berbasis pada kualitas pengalaman layanan.

Kajian terbaru menunjukkan bahwa penerapan *Expectation Confirmation Theory* (ECT) pada sektor perbankan masih terkonsentrasi di layanan berbasis teknologi, seperti *mobile banking* (Nguyen & Hien, 2024; Pokhrel & K C, 2023) dan *AI-enabled banking* (Lee *et al.*, 2023). Layanan perbankan konvensional yang interaksinya berbasis tatap muka relatif jarang diuji, padahal mekanisme konfirmasi harapannya berbeda secara mendasar, terbangun dari akumulasi pengalaman interpersonal alih-alih kinerja sistem. Bukti empiris mengenai pengaruh *service quality* terhadap *continuance intention* juga belum konklusif: sebagian studi melaporkan hubungan langsung yang signifikan (Pokhrel & K C, 2023), sementara yang lain memosisikannya sebagai efek tidak langsung yang dimediasi oleh kepuasan (Rahi & Ghani, 2019).

Riset di Indonesia pun mayoritas mengambil setting kota metropolitan dengan ekosistem digital yang matang, bukan kota lapis kedua dengan struktur ekonomi berbasis UMKM seperti Pontianak. Studi ini berargumen bahwa pengujian ECT pada layanan perbankan konvensional di konteks tersebut akan memperluas validitas empiris kerangka konfirmasi harapan, sekaligus mempertajam pemahaman tentang variasi efek *service quality* lintas konteks layanan.

Kajian Teori

Expectation Confirmation Theory (ECT)

Expectation Confirmation Theory (ECT) merupakan kerangka teoretis yang digunakan untuk menjelaskan perilaku individu dalam melanjutkan penggunaan suatu produk atau layanan setelah pengalaman penggunaan awal. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa keputusan penggunaan berkelanjutan tidak terbentuk secara spontan, melainkan melalui proses evaluasi pasca penggunaan yang membandingkan antara harapan awal pengguna dan kinerja aktual yang dirasakan. Evaluasi tersebut menghasilkan tingkat konfirmasi harapan yang memengaruhi kepuasan, yang selanjutnya menjadi dasar pembentukan niat penggunaan berkelanjutan atau *continuance intention* (Bhattacharjee, 2001). ECT menempatkan pengalaman aktual sebagai elemen sentral dalam pengambilan keputusan jangka panjang. Thong *et al.* (2006) dan Venkatesh *et al.* (2012) menyatakan jika *expectation confirmation* merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan dan niat penggunaan berkelanjutan, terutama pada layanan yang digunakan secara rutin dan berulang, di mana pengalaman aktual menjadi dasar utama evaluasi pengguna. Penilaian pengguna terhadap suatu layanan tidak dibangun dari satu kali interaksi, tetapi dari akumulasi pengalaman yang dirasakan secara konsisten. Karakteristik ini menjadikan ECT relevan untuk menjelaskan perilaku konsumen pada layanan yang bersifat berulang, berisiko, dan membutuhkan tingkat kepercayaan tinggi. Layanan perbankan memenuhi karakteristik tersebut, karena nasabah secara terus-menerus berinteraksi dengan bank dalam berbagai aktivitas keuangan dan mengevaluasi layanan berdasarkan pengalaman yang berkelanjutan.

Perspektif ECT dalam melihat niat berkelanjutan terbentuk sebagai hasil dari kepuasan yang konsisten dan konfirmasi harapan yang positif. Temuan Yuan *et al.* (2014) menunjukkan bahwa nasabah yang merasa puas dan mengalami konfirmasi harapan yang baik cenderung mempertahankan penggunaan layanan perbankan meskipun tersedia berbagai alternatif layanan lain. *Continuance intention* dalam penelitian ini merepresentasikan keberlanjutan hubungan antara nasabah dan bank. Berbeda dengan niat adopsi, *continuance intention* mencerminkan keputusan yang lebih stabil karena didasarkan pada pengalaman aktual dan evaluasi jangka panjang. Integrasi ECT dalam penelitian ini memungkinkan penjelasan yang sistematis mengenai mekanisme pembentukan *continuance intention* pada layanan perbankan. Kerangka ini memberikan dasar teoretis kuat untuk memahami perilaku nasabah bank dalam konteks persaingan layanan yang semakin berorientasi pada pengalaman dan keberlanjutan hubungan jangka panjang.

Continuance Intention

Continuance intention didefinisikan sebagai niat individu untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan setelah tahap penggunaan awal berdasarkan evaluasi pengalaman sebelumnya. Konsep ini bersifat pasca adopsi dan reflektif, karena terbentuk melalui proses penilaian rasional terhadap manfaat, kinerja, dan nilai layanan yang dirasakan dalam jangka panjang. Bhattacharjee (2001) menjelaskan bahwa *continuance intention* merupakan hasil luaran utama dari proses evaluasi pasca penggunaan yang melibatkan konfirmasi harapan dan kepuasan pengguna. Berdasarkan penelitian ini, *continuance intention* merefleksikan keputusan nasabah untuk mempertahankan hubungan dengan bank meskipun tersedia berbagai alternatif layanan lain yang kompetitif. Karakteristik layanan perbankan yang bersifat berulang dan berisiko tinggi menjadikan *continuance intention* sebagai indikator penting keberlanjutan hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa *continuance intention* dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, konfirmasi harapan, kualitas layanan yang konsisten, persepsi nilai, serta tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan (Nguyen *et al.*, 2020; Rahi & Ghani, 2019).

Indikator *continuance intention* umumnya mencakup niat untuk terus menggunakan layanan, preferensi mempertahankan hubungan dengan penyedia layanan yang sama, kecenderungan untuk tidak beralih ke alternatif lain, serta kesediaan menggunakan layanan tersebut di masa mendatang (Tam & Oliveira, 2016; Yuan *et al.*, 2014). Tingkat *continuance intention* yang tinggi mencerminkan keberhasilan bank dalam menciptakan pengalaman layanan yang bernilai dan memenuhi harapan nasabah secara berkelanjutan, sehingga berkontribusi langsung terhadap stabilitas pendapatan dan efektivitas strategi retensi nasabah.

Service Quality

Kualitas layanan menjelaskan akan sejauh mana kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Alan *et al.* (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian menyeluruh terhadap keunggulan layanan yang terbentuk melalui interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa. Pada penelitian ini, kualitas layanan mencakup keandalan sistem, ketepatan proses, daya tanggap petugas, jaminan layanan, serta perhatian terhadap kebutuhan nasabah. (Alan *et al.*, 2016; Parasuraman *et al.*, 1988) menyatakan bahwa kualitas layanan tercermin dalam kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk evaluasi nasabah terhadap layanan perbankan. Kaura *et al.* (2015) menemukan bahwa kualitas layanan yang dirasakan secara konsisten berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa posisi dari kualitas layanan sebagai representasi kinerja aktual yang menjadi dasar utama bagi nasabah dalam membandingkan pengalaman layanan dengan harapan awal yang telah terbentuk.

Kualitas pelayanan merefleksikan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang andal, responsif, dan konsisten sesuai kebutuhan pelanggan. Pada layanan perbankan, kualitas pelayanan dipengaruhi oleh keandalan proses, daya tanggap petugas, jaminan keamanan, empati, serta bukti fisik layanan. Dimensi tersebut membentuk persepsi nasabah terhadap kinerja layanan dan menjadi dasar evaluasi kepuasan serta keputusan penggunaan berkelanjutan (Alan *et al.*, 2016). Menurut Kaura *et al.* (2015) kualitas layanan berperan signifikan dalam meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan layanan perbankan. Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan persepsi positif nasabah terhadap pengalaman layanan dan mendorong terbentuknya kepuasan. Dimensi kualitas layanan seperti keandalan dan daya tanggap terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Alan *et al.*, 2016). Maka hipotesis selanjutnya Adalah:

H1: *Service quality* berpengaruh terhadap *continuance intention*.

H2: *Service quality* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*.

Expectation Confirmation

Konfirmasi harapan atau *Expectation Confirmation* merupakan konstruk inti dalam ECT yang menjelaskan tingkat kesesuaian antara harapan awal pengguna dan pengalaman layanan yang dirasakan. Bhattacharjee (2001) menjelaskan bahwa konfirmasi terjadi ketika kinerja layanan dinilai sesuai atau melebihi ekspektasi, sedangkan ketidaksesuaian harapan muncul ketika kinerja layanan berada di bawah standar yang diharapkan. Pandangan ini sejalan dengan Oliver (2010) yang menegaskan bahwa konfirmasi harapan merupakan mekanisme utama dalam evaluasi pasca-konsumsi yang membentuk penilaian kepuasan pelanggan.

Proses ini bersifat kognitif dan menjadi fondasi dalam pembentukan penilaian terhadap nilai layanan. Venkatesh *et al.* (2012) menjelaskan bahwa dalam konteks penggunaan berkelanjutan sistem dan layanan, konfirmasi harapan pasca-penggunaan menjadi determinan penting yang memengaruhi sikap, kepuasan, dan niat keberlanjutan melalui mekanisme evaluasi kognitif dan afektif. Harapan nasabah pada layanan perbankan terbentuk dari reputasi bank, pengalaman masa lalu, serta perbandingan dengan bank lain. Ketika kualitas layanan yang dirasakan mampu mengonfirmasi harapan tersebut, nasabah cenderung membentuk persepsi positif terhadap bank. *Expectation confirmation* mencakup persepsi kesesuaian layanan dengan harapan, tingkat pemenuhan kebutuhan, dan penilaian bahwa kinerja layanan tidak berada di bawah standar yang diharapkan. Temuan empiris menunjukkan bahwa konfirmasi harapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan menjadi mekanisme penting dalam mendorong perilaku penggunaan berkelanjutan layanan perbankan (Rahi & Ghani, 2019).

Temuan empiris menunjukkan bahwa konfirmasi harapan memiliki pengaruh langsung terhadap *continuance intention* dalam konteks layanan keuangan dan perbankan (Bhattacharjee, 2001) yang sejalan dengan penelitian (Yuan *et al.*, 2014). Begitu pula Herwanto *et al.* (2025) menjelaskan jika rasa puas mampu mempengaruhi kepercayaan yang dapat meningkatkan kesetiaan dengan niat untuk terus menggunakan kembali. Hubungan ini konsisten ditemukan dalam penelitian berbasis ECT pada layanan perbankan dan sistem informasi (Bhattacharjee, 2001; Rahi & Ghani, 2019). Berdasarkan hal tersebut, maka dihipotesiskan:

H3: *Expectation confirmation* berpengaruh terhadap *continuance intention*.

H4: *Expectation confirmation* berpengaruh terhadap *satisfaction*.

Customer Satisfaction

Kepuasan nasabah merefleksikan respons afektif terhadap hasil evaluasi pengalaman layanan secara keseluruhan. Kepuasan diposisikan sebagai penghubung evaluasi kognitif dengan keputusan perilaku. Kepuasan mencerminkan sejauh mana nasabah menerima nilai layanan yang diperoleh berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja aktual. Pada layanan perbankan, kepuasan memiliki peran strategis karena keberadaan hambatan perpindahan tidak selalu menjamin keberlanjutan hubungan jangka panjang. Nguyen *et al.* (2020) menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan biaya perpindahan dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman layanan yang konsisten dan sesuai harapan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan hubungan antara bank dan nasabah.

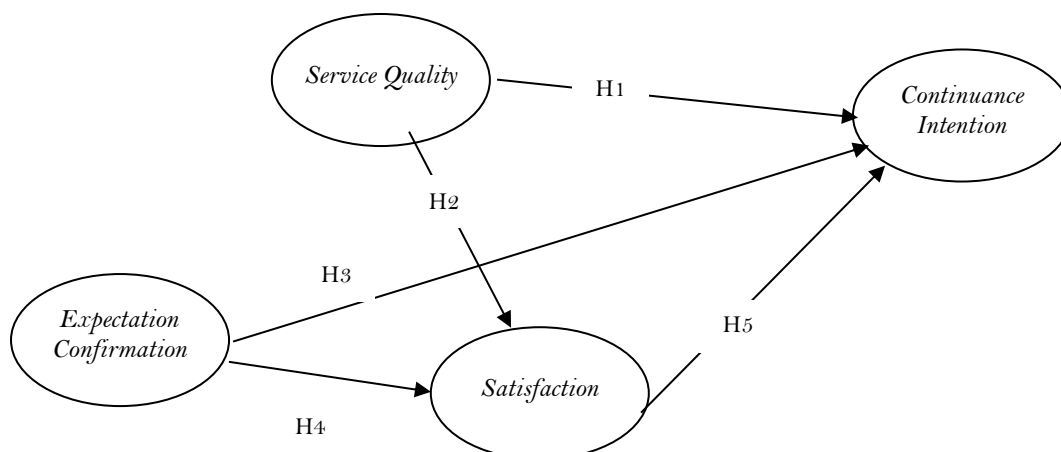
Customer satisfaction merefleksikan evaluasi afektif nasabah terhadap pengalaman layanan secara keseluruhan setelah membandingkan harapan dengan kinerja yang dirasakan. Kepuasan bersifat kumulatif, terbentuk dari akumulasi pengalaman interaksi yang konsisten dalam jangka waktu tertentu. Pada layanan perbankan, *customer satisfaction* dipengaruhi oleh kualitas layanan, keandalan sistem, keadilan proses, serta kesesuaian manfaat layanan dengan kebutuhan nasabah. Indikator kepuasan umumnya mencakup tingkat kesenangan terhadap layanan, persepsi nilai yang diterima, pemenuhan harapan, serta penilaian positif terhadap keputusan menggunakan layanan. Tingkat kepuasan yang tinggi mencerminkan penerimaan nasabah terhadap nilai layanan dan berperan penting dalam mendorong keberlanjutan hubungan jangka panjang dengan bank (Alan *et al.*, 2016; Nguyen *et al.*, 2020). Nasabah yang merasa puas cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan layanan bank, berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian adalah:

H5: *Satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention*.

H6: *Satisfaction* memediasi pengaruh *expectation confirmation* terhadap *continuance intention*.

H7: *Satisfaction* memediasi pengaruh *service quality* terhadap *continuance intention*.

Kerangka penelitian dapat dilihat pada Gambar 1, yang disusun untuk menggambarkan hubungan konseptual antarvariabel yang diuji dalam penelitian, yaitu *expectation confirmation*, *service quality*, *satisfaction*, dan *continuance intention*. Model ini menjelaskan jalur pengaruh langsung dan tidak langsung yang menunjukkan bagaimana kesesuaian harapan dan kualitas layanan membentuk kepuasan nasabah, serta implikasinya terhadap niat penggunaan layanan perbankan secara berkelanjutan, sehingga memberikan dasar konseptual yang jelas bagi pengujian hipotesis penelitian.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori yang bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel berdasarkan pengukuran data numerik dan pengujian hipotesis secara statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran variabel terstruktur dan generalisasi temuan pada populasi tertentu, bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dan menganalisis hubungan sebab akibat antarvariabel (Sunaryono *et al.*, 2024). Unit analisis penelitian ini adalah individu, yaitu nasabah bank, dengan objek penelitian berupa layanan perbankan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Populasi penelitian mencakup seluruh nasabah BRI yang berdomisili di Kota Pontianak, Kalimantan Barat, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian

Kriteria responden meliputi nasabah yang telah menggunakan layanan BRI lebih dari satu kali dalam dua minggu dan memiliki pengalaman interaksi layanan secara langsung yang memadai untuk melakukan evaluasi. Penelitian ini menggunakan rumus *lameshow* dalam menentukan minimal sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut untuk populasi *infinite*:

$$n = (Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times (1-P)) / d^2$$

Dimana:

n = ukuran sampel minimum

$Z_{1-\alpha/2}$ = nilai distribusi normal baku (tabel Z) pada α tertentu

P = proporsi variabel yang diteliti dalam populasi

(jika tidak diketahui, digunakan $P = 0,5$)

d = presisi/tingkat ketelitian atau kesalahan yang diinginkan

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau nilai $\alpha = 0,05$ sehingga nilai $Z_{1-\alpha/2}$ adalah 1,96, proporsi $P = 0,5$ (maksimal sampel), dan tingkat presisi (d) sebesar 10%, perhitungan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

$$n = (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5) / 0,1^2$$

$$n = (3,8416 \times 0,25) / 0,01$$

$$n = 0,9604 / 0,01$$

$$n = 96,04 \approx 96$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, ukuran sampel minimum yang dibutuhkan adalah 96 responden, untuk mengantisipasi kemungkinan adanya data yang tidak lengkap ataupun tidak valid. Proses pengumpulan data dilakukan langsung di sejumlah unit BRI Cabang Pontianak. Pengumpulan data berhasil mengumpulkan sebanyak 229 responden yang memenuhi kriteria tersebut, dimana jumlah ini sudah melampaui minimal sampel yang telah ditetapkan sebelumnya. Jumlah sampel ini dinilai memadai untuk analisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), mengingat metode PLS-SEM sesuai digunakan pada ukuran sampel relatif moderat dan model dengan hubungan antarvariabel laten yang kompleks (Hair *et al.*, 2022).

Instrumen penelitian dikembangkan dari konstruk yang telah teruji pada studi sebelumnya dengan adaptasi minor pada konteks layanan perbankan BRI. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima titik, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel *service quality* mengadopsi lima dimensi SERVQUAL; *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Parasuraman *et al.*, 1988) dan diadaptasi pada konteks perbankan oleh Rahi and Ghani (2019). *Expectation confirmation*, *customer satisfaction*, dan *continuance intention* diadaptasi dari skala Bhattacharjee (2001) yang

dikembangkan kembali oleh Rahi and Ghani (2019) untuk konteks perbankan. Rincian indikator setiap variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Indikator dan Sumber Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Continuance Intention</i>	Keinginan untuk terus menggunakan layanan di masa depan; Kemungkinan untuk tetap menjadi pengguna layanan; Rencana menjadikan layanan sebagai pilihan utama	(Bhattacharjee, 2001; Rahi & Ghani, 2019)
<i>Expectation Confirmation</i>	Kinerja layanan sesuai harapan; Kualitas pelayanan lebih baik dari ekspektasi; Konfirmasi harapan terhadap layanan yang diterima	(Parasuraman <i>et al.</i> , 1988; Rahi & Ghani, 2019)
<i>Customer Satisfaction</i>	Kepuasan layanan; Kenyamanan menggunakan layanan; Kepuasan keseluruhan	(Parasuraman <i>et al.</i> , 1988; Rahi & Ghani, 2019)
<i>Service Quality</i>	<i>Tangibles</i> (bukti fisik); <i>Reliability</i> (keandalan); <i>Responsiveness</i> (daya tanggap); <i>Assurance</i> (jaminan); <i>Empathy</i> (empati)	(Parasuraman <i>et al.</i> , 1988; Rahi & Ghani, 2019)

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Pemilihan PLS-SEM didasarkan pada karakteristik model yang melibatkan variabel laten dengan hubungan kausal yang kompleks serta jalur mediasi, sehingga lebih sesuai dibandingkan pendekatan berbasis kovarians (Hair *et al.*, 2022). Pengujian dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama berupa evaluasi *outer model* untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk. Tahap kedua adalah evaluasi *inner model* untuk menguji koefisien jalur, serta signifikansi hipotesis melalui prosedur *bootstrapping*.

Hasil dan Pembahasan

Penguraian hasil analisis data dan pembahasan temuan penelitian diperoleh dari pengujian model penelitian. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang mencakup evaluasi model pengukuran dan model struktural untuk menguji hubungan kausal antarvariabel. Pada Tabel 2. menampilkan karakteristik responden berdasarkan gender, usia, dan pekerjaan.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender, Usia, dan Pekerjaan

Gender	Jumlah Responden				
	Usia	Pekerjaan			
Perempuan	113	17 – 25	27	PNS	51
Laki-laki	116	26 – 34	79	Pegawai Swasta	77
		>35	150	Wiraswasta	94
				Lainnya	7
Total	229		229		229

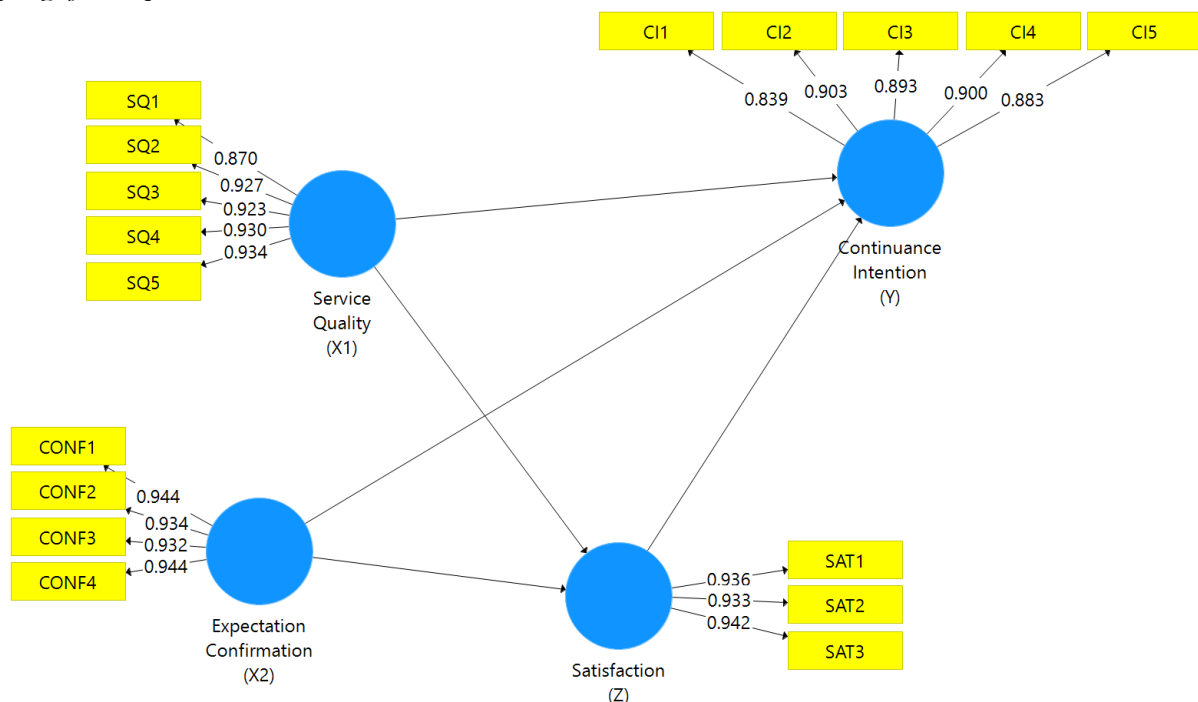
Sumber: Data Hasil Olahan

Tabel 2 menyajikan gambaran karakteristik responden penelitian yang diklasifikasikan berdasarkan gender, usia, dan jenis pekerjaan. Dari total 229 responden, komposisi gender relatif seimbang antara perempuan dan laki-laki, yang menunjukkan keterwakilan responden yang proporsional. Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang usia di atas 35 tahun, diikuti oleh kelompok usia 26–34 tahun, sehingga mencerminkan dominasi nasabah dengan tingkat kematangan ekonomi dan pengalaman layanan perbankan yang cukup tinggi. Ditinjau dari aspek pekerjaan, responden sebagian besar berasal dari kelompok wiraswasta dan pegawai swasta, diikuti oleh

PNS dan kategori pekerjaan lainnya. Distribusi ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok yang aktif secara ekonomi dan memiliki intensitas interaksi yang tinggi dengan layanan perbankan, sehingga relevan untuk menggambarkan perilaku penggunaan layanan dan mengevaluasi continuance intention nasabah secara lebih akurat.

Hasil Uji Validitas dan Diskriminan

Hasil pengujian *outer model* pada *SmartPLS* bertujuan untuk mengevaluasi kualitas instrumen pengukuran dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk laten secara valid dan reliabel. Evaluasi *outer model* meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Hasil pengujian ini menjadi dasar untuk menilai kelayakan model pengukuran sebelum dilakukan analisis lebih lanjut pada *inner model* dan pengujian hipotesis struktural.



Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.0

Gambar 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan pada Gambar 1. nilai *outer loading* seluruh indikator berada di atas ambang batas 0,70, yang mengindikasikan bahwa setiap indikator sebagai pengukur konstraknya mampu merepresentasikan konstruk latennya sendiri secara memadai atau dinyatakan valid. Menurut Ghazali (2014), indikator dengan nilai *outer loading* $\geq 0,70$ dianggap valid dan representatif dalam mengukur konstruk laten, sedangkan indikator di bawah nilai tersebut perlu dievaluasi secara konseptual dan empiris. Nilai *outer loading* yang dihasilkan menegaskan jika konsistensi internal indikator dan menunjukkan kontribusi signifikan indikator terhadap konstruk laten dalam model pengukuran reflektif. Selain *outer loading*, validitas konvergen juga diukur dengan melihat nilai AVE seperti yang ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3 *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Item	AVE
<i>Continuance Intention</i>	CI1. Saya berniat untuk terus menggunakan layanan perbankan BRI di masa mendatang.	0,782
	CI2. Saya menjadikan layanan perbankan BRI sebagai pilihan utama dalam	

Variabel	Item	AVE
	aktivitas keuangan saya. CI3. Saya berencana untuk menggunakan layanan perbankan BRI secara rutin. CI4. Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke bank lain saat ini. CI5. Saya bersedia tetap menggunakan layanan perbankan BRI meskipun tersedia alternatif bank lain. (Rahi & Ghani, 2019)	
<i>Expectation Confirmation</i>	CONF1. Kinerja layanan perbankan BRI lebih baik daripada yang saya harapkan sebelumnya. CONF2. Fitur dan kemudahan layanan perbankan BRI sesuai dengan ekspektasi awal saya. CONF3. Manfaat yang saya peroleh dari layanan perbankan BRI sesuai dengan yang saya harapkan. CONF4. Secara keseluruhan, pengalaman saya menggunakan layanan perbankan BRI telah memenuhi harapan saya. (Rahi & Ghani, 2019)	0,881
<i>Satisfaction</i>	SAT1. Saya merasa puas dengan pengalaman saya selama menggunakan layanan perbankan BRI. SAT2. Layanan perbankan BRI memberikan nilai yang sesuai dengan harapan saya sebagai nasabah. SAT3. Secara keseluruhan, keputusan saya menggunakan layanan perbankan BRI adalah keputusan yang tepat. (Rahi & Ghani, 2019)	0,878
<i>Service Quality</i>	SQ1 – <i>Reliability</i> Layanan perbankan BRI diberikan secara konsisten dan sesuai dengan yang dijanjikan. SQ2 – <i>Responsiveness</i> Petugas BRI melayani nasabah dengan cepat dan tanggap terhadap kebutuhan. SQ3 – <i>Assurance</i> Saya merasa aman dan percaya saat menggunakan layanan perbankan BRI. SQ4 – <i>Empathy</i> Petugas BRI menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap kebutuhan nasabah. SQ5 – <i>Tangibles</i> Fasilitas dan sarana layanan perbankan BRI terlihat rapi dan profesional. (Rahi & Ghani, 2019)	0,841

Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.0

Berdasarkan pada Tabel 3, hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE) menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai AVE untuk konstruk *Continuance Intention* sebesar 0,782, *Expectation Confirmation* sebesar 0,881, *Satisfaction* sebesar 0,878, dan *Service Quality* sebesar 0,841, yang seluruhnya berada di atas ambang batas minimum 0,50. Nilai AVE di atas 0,50 mengindikasikan bahwa konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari 50 persen varians indikator-indikator pembentuknya, sehingga indikator dinyatakan memiliki tingkat keterwakilan yang memadai dalam mengukur konstruk yang dimaksud (Fornell & Larcker, 1981). Temuan ini mengonfirmasi terpenuhinya validitas konvergen pada model pengukuran dan menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan memiliki kualitas pengukuran yang baik. Terpenuhinya kriteria AVE tersebut, model pengukuran dinilai layak untuk dilanjutkan pada tahap pengujian model struktural (*inner model*), sebagaimana direkomendasikan dalam analisis SEM berbasis PLS (Hair *et al.*, 2022). Selanjutnya Adalah dengan melakukan pengujian validitas diskriminan dengan membandingkan nilai konstruk dan indikator ke konstruknya melalui analisa *fornell-larcker criterion* dan *cross loading*.

Tabel 4 Fornell-larcker Criterion

	<i>Continuance Intention</i>	<i>Expectation Confirmation</i>	<i>Satisfaction</i>	<i>Service Quality</i>
<i>Continuance Intention</i>	0,884			Keterangan
<i>Expectation Confirmation</i>	0,873	0,938		
<i>Satisfaction</i>	0,871	0,896	0,937	
<i>Service Quality</i>	0,834	0,911	0,854	0,917

Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.0

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria yang dipersyaratkan. Nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted* (AVE) yang ditampilkan pada diagonal utama untuk masing-masing konstruk. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan indikator-indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Fornell and Larcker (1981).

Tabel 5 Cross Loading

	<i>Continuance Intention</i>	<i>Expectation Confirmation</i>	<i>Satisfaction</i>	<i>Service Quality</i>
CI1	0,839	0,696	0,702	0,731
CI2	0,903	0,766	0,769	0,720
CI3	0,893	0,825	0,816	0,811
CI4	0,900	0,814	0,782	0,732
CI5	0,883	0,749	0,776	0,689
CONF1	0,839	0,944	0,847	0,859
CONF2	0,800	0,934	0,836	0,861
CONF3	0,815	0,932	0,824	0,853
CONF4	0,822	0,944	0,856	0,848
SAT1	0,827	0,829	0,936	0,818
SAT2	0,833	0,871	0,933	0,793
SAT3	0,787	0,817	0,942	0,790
SQ1	0,706	0,770	0,671	0,870
SQ2	0,764	0,852	0,815	0,927
SQ3	0,766	0,860	0,799	0,923
SQ4	0,792	0,846	0,801	0,930
SQ5	0,794	0,845	0,820	0,934

Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.0

Berdasarkan hasil analisis *cross loadings* yang ditampilkan pada Tabel 5, seluruh indikator memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lain. Pola ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu membedakan konstruk yang diukur secara memadai dan tidak terjadi masalah tumpang tindih pengukuran antar konstruk. Dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan berdasarkan kriteria *cross loadings* dinyatakan terpenuhi, sesuai dengan rekomendasi pengujian model pengukuran dalam SEM berbasis PLS (Hair *et al.*, 2022).

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
<i>Continuance Intention</i>	0,930	0,947
<i>Expectation Confirmation</i>	0,955	0,967
<i>Satisfaction</i>	0,931	0,956
<i>Service Quality</i>	0,953	0,963

Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.0

Hasil pengujian reliabilitas konstruk pada Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Nilai *Cronbach's alpha* untuk konstruk *Continuance Intention* sebesar 0,930, *Expectation Confirmation* sebesar 0,955, *Satisfaction* sebesar 0,931, dan *Service Quality* sebesar 0,953, yang seluruhnya melampaui batas minimum 0,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa indikator-indikator dalam setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur konsep yang sama (Nunnally & Bernstein, 1994). Selain itu, nilai *Composite Reliability* pada seluruh konstruk juga berada di atas ambang batas yang direkomendasikan, yaitu berkisar antara 0,947 hingga 0,967, sehingga menunjukkan stabilitas dan keandalan pengukuran yang sangat kuat. *Composite reliability* dipandang lebih representatif dalam konteks SEM berbasis PLS karena mempertimbangkan bobot indikator secara individual, sehingga memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat dibandingkan *Cronbach's alpha* (Hair *et al.*, 2022). Berdasarkan kriteria reliabilitas ini, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas pengukuran yang memadai dan layak digunakan untuk analisis model struktural lebih lanjut (Raykov, 2004).

Predictive Relevance dan *R-square*

Hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 7 menjelaskan jika model penelitian memiliki kemampuan prediktif dan daya jelaskan yang sangat kuat. Nilai *Predictive Relevance* (Q^2) untuk konstruk *Continuance Intention* sebesar 0,616 dan *Satisfaction* sebesar 0,702, yang seluruhnya bernilai lebih besar dari nol. Nilai Q^2 yang positif mengindikasikan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik, sehingga konstruk eksogen dalam model mampu memprediksi konstruk endogen secara akurat (Geisser, 1975). Mengacu pada pedoman Hair *et al.* (2022), nilai Q^2 di atas 0,35 menunjukkan tingkat relevansi prediktif yang kuat, sehingga hasil ini mengonfirmasi kualitas prediksi model yang tinggi.

Nilai *R-square* (R^2) juga menunjukkan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan 80,5% varians *Continuance Intention* dan 81,1% varians *Satisfaction*. Nilai R^2 tersebut berada pada kategori kuat, yang menandakan bahwa kombinasi *service quality* dan *expectation confirmation*, baik secara langsung maupun melalui kepuasan, memiliki kontribusi yang substansial dalam menjelaskan perilaku penggunaan berkelanjutan nasabah. Menurut Hair *et al.* (2022) dan Chin and Marcoulides (1998), R^2 merupakan indikator utama untuk menilai kekuatan model struktural dan keberhasilan model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa model penelitian tidak hanya memiliki daya jelaskan yang tinggi, tetapi juga kemampuan prediktif yang kuat, sehingga mendukung ketepatan model dalam menjelaskan *continuance intention* dan kepuasan nasabah perbankan.

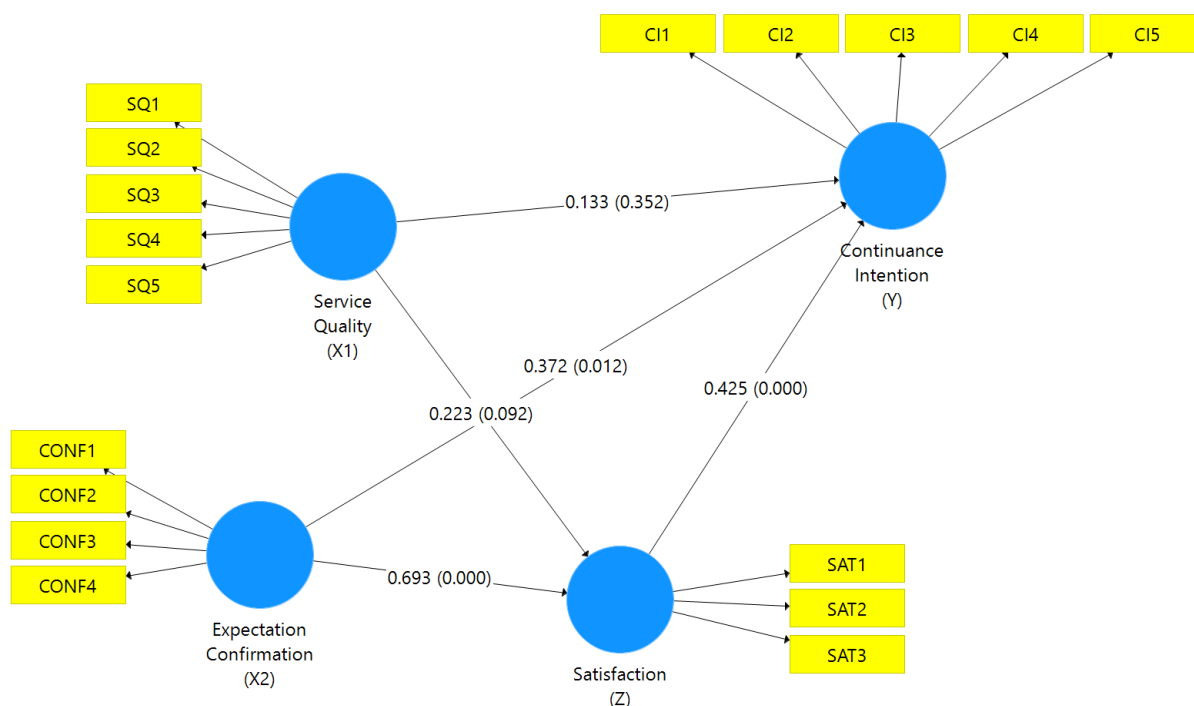
Tabel 7 Hasil Analisa *Predictive Relevance* dan *R-square*

	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	<i>R-square</i> (R^2)
<i>Continuance Intention</i>	0,616	0,805
<i>Satisfaction</i>	0,702	0,811

Sumber: Hasil Olah Data *SmartPLS* versi 3.

Pembahasan

Hasil pengujian hubungan struktural antarvariabel dalam model penelitian berdasarkan analisis *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) ditampilkan pada Gambar 2, yang menggambarkan besaran koefisien jalur (*path coefficients*) beserta tingkat signifikansinya yang menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh langsung antarvariabel laten yang diuji. Hasil visualisasi ini memberikan gambaran awal mengenai hubungan kausal dalam model sebelum dilakukan pembahasan secara lebih rinci melalui penyajian hasil pengujian statistik.



Gambar 2. Hasil Uji Pengaruh

Hasil pengujian hubungan struktural yang ditampilkan pada Gambar 2, disajikan lebih ringkas dalam pada Tabel 7 yang mencakup nilai *original sample*, *t-statistics*, dan *p-values*. Penyajian tabel ini bertujuan untuk memudahkan interpretasi signifikansi masing-masing hipotesis yang diajukan dalam penelitian serta menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan terhadap penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan (*error rate*) sebesar 5% dengan tipe penelitian dua arah, untuk mengidentifikasi signifikansi statistik setiap jalur pengaruh serta menjadi dasar dalam menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian.

Tabel 8 Hasil Uji Pengaruh

Hipotesis	Original sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P values
H1. <i>Service Quality (X1) → Continuance Intention (Y)</i>	0,133	0,932	0,352
H2. <i>Service Quality (X1) → Satisfaction (Z)</i>	0,223	1,690	0,092
H3. <i>Expectation Confirmation (X2) → Continuance Intention (Y)</i>	0,372	2,533	0,012
H4. <i>Expectation Confirmation (X2) → Satisfaction (Z)</i>	0,693	5,675	0,000
H5. <i>Satisfaction (Z) → Continuance Intention (Y)</i>	0,425	3,671	0,000
H6. <i>Expectation Confirmation (X2) → Continuance Intention (Y)</i>	0,294	2,685	0,008

<i>Satisfaction (Z) → Continuance Intention (Y)</i>			
H7. <i>Service Quality (X1) → Satisfaction (Z) → Continuance Intention (Y)</i>	0.095	1.622	0.105

Sumber: Data Olahan SmartPLS 3

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,133, *t-statistics* 0,932, dan *p-values* 0,352, sehingga hipotesis ditolak karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* lebih besar dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang dirasakan belum secara langsung mendorong niat nasabah BRI Pontianak untuk terus menggunakan layanan perbankan. Perspektif teoretis menurut Alan *et al.* (2016) menjelaskan bahwa kualitas layanan lebih berperan sebagai pemicu evaluasi awal yang memengaruhi respons afektif, seperti kepuasan, dibandingkan sebagai determinan langsung perilaku penggunaan berkelanjutan. Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap *continuance intention* cenderung bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh kepuasan atau kepercayaan, terutama pada layanan yang bersifat rutin dan berisiko rendah bagi pengguna (Caruana, 2002; Rahi & Ghani, 2019). Dilingkungan perbankan BRI di Pontianak menunjukkan bahwa nasabah memandang kualitas layanan sebagai standar minimum yang harus dipenuhi, sehingga hal ini menjelaskan variasi kualitas layanan tidak selalu diikuti oleh perubahan niat penggunaan selama kebutuhan dasar transaksi tetap terpenuhi. Berdasarkan penelitian Panggabean *et al.* (2025) dan Herwanto *et al.* (2025), hal serupa terjadi pada sektor jasa lain, di mana kualitas layanan tidak secara otomatis mendorong loyalitas atau keberlanjutan penggunaan tanpa adanya pengalaman kepuasan yang kuat. Kontribusi penelitian ini terletak pada penegasan bahwa *service quality* bukanlah determinan langsung *continuance intention* dalam konteks perbankan terutama BRI di Pontianak, melainkan berperan melalui mekanisme psikologis lain, sehingga memberikan implikasi teoretis dan praktis bahwa peningkatan kualitas layanan perlu diintegrasikan dengan strategi pembentukan kepuasan untuk mendorong keberlanjutan hubungan nasabah.

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Satisfaction*

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap *Satisfaction*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,223, *t-statistics* 1,690, dan *p-values* 0,092, sehingga hipotesis ditolak karena nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* yang lebih besar dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang dirasakan nasabah belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi kepuasan yang kuat dalam konteks perbankan terutama BRI di Pontianak. Berdasarkan perspektif teoretis, kepuasan merupakan respons afektif yang tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan secara teknis, tetapi juga oleh kesesuaian harapan, persepsi nilai, dan pengalaman emosional selama interaksi layanan berlangsung (Alan *et al.*, 2016; Oliver, 2010). Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dapat melemah ketika layanan telah dipersepsikan sebagai standar minimum, sehingga nasabah tidak lagi menjadikannya sebagai faktor pembeda utama dalam menilai pengalaman layanan (Caruana, 2002; Kaura *et al.*, 2015). Fenomena perbankan terutama pada BRI di Pontianak, memperlihatkan bahwa nasabah cenderung menganggap kualitas layanan dasar seperti keandalan transaksi dan keamanan sistem sebagai kewajiban institusional, bukan sebagai sumber kepuasan tambahan. Tidak hanya pada sektor perbankan, hal ini juga terjadi pada sektor jasa lain, di mana kualitas layanan baru berdampak signifikan terhadap kepuasan apabila mampu melampaui standar yang telah diharapkan konsumen (Herwanto *et al.*, 2025; Panggabean *et al.*, 2025). Kontribusi penelitian ini terletak pada penegasan bahwa *service quality* tidak selalu menjadi determinan langsung kepuasan dalam konteks layanan yang telah matang, sehingga memperkaya literatur dengan menunjukkan pentingnya peran ekspektasi dan pengalaman holistik dalam membentuk kepuasan nasabah perbankan.

Pengaruh *Expectation Confirmation* Terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Expectation Confirmation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,372, *t-statistics* 2,533 > 1,96 dan *p-values* 0,05 > 0,012, sehingga hipotesis diterima pada pengujian dua arah dengan tingkat signifikansi 5%. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harapan awal nasabah dan pengalaman layanan aktual berperan langsung dalam membentuk niat penggunaan layanan perbankan secara berkelanjutan. Hal ini juga menjelaskan bahwa konfirmasi harapan berfungsi sebagai evaluasi kognitif pasca penggunaan yang memperkuat keyakinan individu untuk mempertahankan perilaku penggunaan, karena pengalaman yang sesuai harapan mengurangi ketidakpastian dan risiko perseptual (Bhattacharjee, 2001; Oliver, 2010). Bukti empiris dari sektor perbankan dan layanan digital juga menunjukkan bahwa pengguna dengan tingkat konfirmasi harapan yang tinggi memiliki kecenderungan lebih kuat untuk melanjutkan penggunaan layanan dibandingkan pengguna yang hanya didorong oleh kepuasan sesaat (Susanto *et al.*, 2016; Tam & Oliveira, 2016; Yuan *et al.*, 2014). Fenomena lapangan di Kota Pontianak memperlihatkan pola serupa yang ditemukan dalam studi empiris pada sektor produk dan jasa di Kota Pontianak yang menunjukkan bahwa kesesuaian antara harapan dan pengalaman penggunaan mendorong konsumen untuk melanjutkan keputusan pembelian dan penggunaan (Panggabean *et al.*, 2025) meskipun objek dan karakteristik layanannya berbeda. Kesamaan pola empiris lintas sektor tersebut memperkuat kontribusi penelitian ini dengan menunjukkan bahwa *expectation confirmation* merupakan determinan penting *continuance intention* yang bersifat lintas konteks jasa, sekaligus memperluas validitas empiris teori perilaku pasca penggunaan pada layanan perbankan BRI di Pontianak.

Pengaruh *Expectation Confirmation* Terhadap *Satisfaction*

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa *Expectation Confirmation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Satisfaction*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,693, *t-statistics* 5,675, dan *p-values* 0,000, sehingga hipotesis diterima karena nilai *t-statistics* melebihi 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah perbankan terbentuk terutama dari kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman layanan aktual yang dirasakan. Perspektif teoretis menempatkan konfirmasi harapan sebagai determinan kognitif utama kepuasan, karena kepuasan merupakan hasil evaluasi perbandingan antara ekspektasi pra penggunaan dan kinerja layanan yang dialami secara nyata (Bhattacharjee, 2001; Oliver, 2010). Dukungan empiris juga ditemukan pada berbagai konteks jasa, termasuk perbankan dan layanan digital, yang menunjukkan bahwa pengguna dengan tingkat konfirmasi harapan tinggi cenderung memberikan penilaian kepuasan yang lebih kuat dan stabil (Rahi & Ghani, 2019; Susanto *et al.*, 2016). Penelitian Panggabean *et al.* (2025) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terbentuk ketika pengalaman penggunaan produk dinilai sesuai dengan ekspektasi awal, sementara Herwanto *et al.* (2025) menemukan bahwa kesesuaian harapan berperan penting dalam membangun respons afektif positif pengguna layanan transportasi digital. Kesamaan pola lintas sektor tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa konfirmasi harapan merupakan fondasi utama pembentukan kepuasan, termasuk pada konteks perbankan BRI Pontianak yang menuntut konsistensi layanan, keandalan sistem, dan keamanan transaksi. Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris bahwa *expectation confirmation* berperan dominan dalam membentuk kepuasan nasabah perbankan konvensional, sekaligus memperluas generalisasi *Expectation Confirmation Theory* pada konteks layanan jasa di tingkat lokal dan nasional.

Pengaruh *Satisfaction* Terhadap *Continuance Intention*

Hasil pengujian empiris menunjukkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,425, *t-statistics* 3,671, dan *p-values* 0,000, sehingga hipotesis diterima karena nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam mendorong niat penggunaan layanan perbankan secara berkelanjutan di BRI Pontianak. Perspektif teoretis menjelaskan bahwa kepuasan merupakan respons afektif terhadap evaluasi pengalaman layanan yang berfungsi sebagai penghubung antara penilaian kognitif dan keputusan perilaku, sehingga individu yang merasa puas cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang

dengan penyedia layanan (Alan *et al.*, 2016; Oliver, 2010). Bukti empiris pada lingkup perbankan dan layanan digital juga menunjukkan bahwa kepuasan menjadi prediktor kuat sebagai stimulus pembentukan *continuance intention*, bahkan ketika tersedia alternatif layanan lain yang kompetitif (Tam & Oliveira, 2016; Yuan *et al.*, 2014). Fenomena di Pontianak dalam hubungan *Satisfaction* dengan *Continuance Intention* memperlihatkan bahwa nasabah yang merasa puas terhadap keandalan transaksi, keamanan layanan, dan kemudahan proses cenderung tetap menggunakan layanan bank yang sama, pola yang juga ditemukan pada sektor jasa lain seperti transportasi digital dan produk rumah tangga, di mana kepuasan terbukti mendorong loyalitas dan keberlanjutan perilaku penggunaan (Herwanto *et al.*, 2025; Panggabean *et al.*, 2025). Kontribusi penelitian terletak pada penguatan bukti empiris kepuasan berperan sebagai determinan langsung *continuance intention* dalam konteks perbankan di Pontianak, menegaskan pentingnya pengelolaan pengalaman layanan yang berorientasi pada kepuasan sebagai strategi utama mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah terutama nasabah BRI Pontianak.

Pengaruh *Expectation Confirmation* terhadap *Continuance Intention* dengan Mediasi *Satisfaction*

Hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa *Satisfaction* memediasi pengaruh *Expectation Confirmation* terhadap *Continuance Intention*, dengan nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,294, *t-statistics* 2,685, dan *p-values* 0,008, sehingga hubungan mediasi dinyatakan signifikan karena nilai *t-statistics* melebihi 1,96 dan *p-values* lebih kecil dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini menunjukkan bahwa kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman layanan aktual tidak hanya mendorong niat penggunaan berkelanjutan secara langsung, tetapi juga bekerja melalui pembentukan kepuasan sebagai respons afektif nasabah. Perspektif teoretis dalam *Expectation Confirmation Theory* menjelaskan bahwa konfirmasi harapan membentuk kepuasan sebagai hasil evaluasi pasca penggunaan, yang selanjutnya menjadi dasar utama keputusan perilaku berkelanjutan (Bhattacharjee, 2001; Oliver, 2010). Bukti empiris menunjukkan bahwa kepuasan sering kali berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani evaluasi kognitif dan niat penggunaan jangka panjang, terutama pada layanan dengan interaksi berulang dan tingkat kepercayaan tinggi (Rahi & Ghani, 2019; Yuan *et al.*, 2014). Berdasarkan pada fenomena yang terjadi pada sektor perbankan terutama BRI di Pontianak, memperlihatkan bahwa nasabah cenderung mempertahankan penggunaan layanan ketika pengalaman aktual sesuai dengan ekspektasi awal dan menghasilkan perasaan puas terhadap keamanan transaksi, konsistensi layanan, serta kemudahan proses. Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris bahwa *satisfaction* berperan sebagai mediator parsial yang penting dalam menjelaskan bagaimana *expectation confirmation* diterjemahkan menjadi *continuance intention*, sehingga memperluas pemahaman mengenai mekanisme perilaku penggunaan berkelanjutan layanan perbankan dan memperkaya penerapan *Expectation Confirmation Theory* dalam konteks jasa keuangan di negara berkembang.

Pengaruh *Service Quality* terhadap *Continuance Intention* dengan Mediasi *Satisfaction*

Hasil pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa *Service Quality* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Continuance Intention* melalui mediasi *Satisfaction*, dengan nilai koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,095, *t-statistics* 1,622, dan *p-values* 0,105, sehingga hubungan mediasi dinyatakan tidak signifikan karena untuk nilai *t-statistics* lebih kecil dari 1,96 dan *p-values* lebih besar dari 0,05 pada pengujian dua arah. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan belum cukup kuat untuk membentuk kepuasan yang mampu mendorong niat penggunaan berkelanjutan. Secara kausal, kualitas layanan berfungsi sebagai atribut operasional yang dipersepsikan nasabah sebagai standar minimum dalam layanan perbankan, sehingga meskipun kualitas layanan dirasakan baik, hal tersebut tidak otomatis menghasilkan kepuasan yang bermakna secara emosional. Secara teoritis menjelaskan bahwa kepuasan sebagai mediator hanya terbentuk ketika kualitas layanan mampu melampaui ekspektasi awal, bukan sekadar memenuhi standar fungsional dasar (Alan *et al.*, 2016; Oliver, 2010). Perilaku nasabah BRI di Pontianak memperlihatkan bahwa nasabah cenderung menganggap aspek kualitas layanan seperti keandalan transaksi, keamanan sistem, dan ketepatan proses sebagai kewajiban institusional, bukan sebagai sumber nilai tambah yang memicu kepuasan mendalam. Menurut Caruana (2002), Kaura *et al.* (2015) dan Herwanto *et al.* (2025), kualitas layanan hanya berdampak

signifikan terhadap keberlanjutan perilaku apabila diiringi pengalaman yang membentuk kepuasan secara emosional dan evaluatif. Adapun kontribusi penelitian ini terletak pada penegasan bahwa *service quality* tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi *continuance intention* melalui kepuasan, sehingga memperkaya literatur dengan menunjukkan bahwa mekanisme keberlanjutan penggunaan layanan perbankan lebih dipengaruhi oleh kesesuaian harapan dan pengalaman daripada oleh kualitas layanan semata.

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *expectation confirmation* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *continuance intention*, serta berpengaruh kuat dan signifikan terhadap *satisfaction*. Temuan ini menegaskan bahwa kesesuaian antara harapan awal nasabah dan pengalaman layanan aktual merupakan faktor kunci dalam membentuk kepuasan dan mendorong keberlanjutan penggunaan layanan perbankan. Selain itu, *satisfaction* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, sehingga memperkuat perannya sebagai determinan utama perilaku penggunaan berkelanjutan. Sebaliknya, *service quality* tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap *continuance intention*, maupun pengaruh tidak langsung melalui *satisfaction*. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan dipersepsikan sebagai standar minimum yang harus dipenuhi oleh bank, sehingga tidak secara otomatis diterjemahkan menjadi kepuasan atau niat penggunaan berkelanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan penggunaan layanan perbankan lebih ditentukan oleh kesesuaian harapan dan pengalaman yang dirasakan nasabah dibandingkan oleh kualitas layanan semata.

Berdasarkan hasil penelitian, BRI di Pontianak disarankan untuk lebih menekankan pengelolaan ekspektasi nasabah sejak tahap awal interaksi layanan, baik melalui komunikasi, edukasi produk, maupun konsistensi pengalaman layanan yang diberikan. Upaya peningkatan kualitas layanan tetap penting, namun perlu diarahkan agar mampu melampaui harapan nasabah dan menciptakan pengalaman yang bernilai secara emosional guna membentuk kepuasan yang lebih kuat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian pada jenis bank atau wilayah yang berbeda serta mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti kepercayaan, persepsi nilai, atau *switching cost* guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pembentukan *continuance intention* dalam industri perbankan.

Referensi

- Alan, W., Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2016). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3rd European Edition ed.). McGraw Hill.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25, 351-370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- BPS. (2024). Provinsi Kalimantan Barat dalam Angka (F. P. Marpaung, R. B. Nugroho, & F. Maulida, Trans.). In B. P. K. Barat (Ed.), (Vol. 41): BPS Provinsi Kalimantan Barat/BPS-Statistics of Kalimantan Barat Province.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36, 811-828. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Chin, W., & Marcoulides, G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 8.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Geisser, S. (1975). The Predictive Sample Reuse Method with Applications. *Journal of the American Statistical Association*, 70(350), 320-328. <https://doi.org/10.1080/01621459.1975.10479865>
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Herwanto, H., Trisnawati, E., Zaqira, A., & Sukmawati, T. (2025). Determinan Loyalitas Pelanggan dalam Industri Transportasi Digital Studi Empiris pada Pengguna Aplikasi Maxim. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 10(1), 52-62. <https://doi.org/https://doi.org/10.54526/jes.v10i1.389>

- Kaura, V., Prasad, C. S. D., & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33, 404-422. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2014-0048>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th Edition ed.).
- Lee, J.-C., Tang, Y., & Jiang, S. (2023). Understanding continuance intention of artificial intelligence (AI)-enabled mobile banking applications: an extension of AI characteristics to an expectation confirmation model. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01845-1>
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, M. D., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Switching Costs on Customer Loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7, 395-405. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.395>
- Nguyen, G.-D., & Hien, D. (2024). Factors influencing continuance intention to use mobile banking: an extended expectation-confirmation model with moderating role of trust. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02778-z>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3 ed.). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.1177/014662169501900308>
- OJK. (2025). *Statistik perbankan Indonesia* <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Juni-2025.aspx>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2 ed.). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Panggabean, A., Trisnawati, E., Sukmawati, T., & Wahyuningsih, D. (2025). Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Peralatan Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi Integra*, 15, 56. <https://doi.org/10.51195/iga.v15i1.385>
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Pokhrel, L., & K C, A. (2023). Mobile banking service quality and continuance intention: mediating role of satisfaction: a two-stage structural equation modeling- artificial neural network approach. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2022-0512>
- Rahi, S., & Ghani, M. (2019). Integration of expectation confirmation theory and self-determination theory in internet banking continuance intention. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-06-2018-0057>
- Raykov, T. (2004). Behavioral scale reliability and measurement invariance evaluation using latent variable modeling. *Behavior Therapy*, 35, 299-331. [https://doi.org/10.1016/S0005-7894\(04\)80041-8](https://doi.org/10.1016/S0005-7894(04)80041-8)
- Sunaryono, Sukmawati, T., Trisnawati, E., Hardayu, A. P., & Yulianto. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian 1* (Efitra, Ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=dMwNEQAAQBAJ>
- Susanto, A., Chang, Y., & Ha, Y. (2016). Determinants of Continuance Intention to Use the Smartphone Banking Services: An Extension to the Expectation-Confirmation Model. *Industrial Management & Data Systems*, 116, 508-525. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-05-2015-0195>
- Tam, C., & Oliveira, T. (2016). Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone & McLean and TTF perspective. *Computers in Human Behavior*, 61, 233-244. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.016>
- Thong, J. Y. L., Hong, S.-J., & Tam, K. Y. (2006). The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(9), 799-810. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.05.001>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36, 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Widjaya, W., Michael, G., & Gui, A. (2024). *Key Factors Affecting Customer Retention in Digital Banking Applications in Indonesia*. <https://doi.org/10.1109/ic-ETITE58242.2024.10493293>
- Yuan, S., Liu, Y., Yao, R., & Liu, J. (2014). An investigation of users' continuance intention towards mobile banking in China. *Information Development*, 32. <https://doi.org/10.1177/0266666914522140>