



Komparasi *Usability* dan *User Experience* SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital pada Generasi Z

Anna Afrilliya Supriyanti Simatupang^{1*}, Haris Satriyawan²

¹⁻²Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang, Indonesia

Email : annafrilliya.s@gmail.com¹, haris.satriyawan@unmer.ac.id²

*Penulis Korespondensi: annafrilliya.s@gmail.com

Abstract. Digital banking competition requires providers to ensure that transaction features are not only complete but also easy, efficient, and engaging for users. This study compares the usability and user experience of SeaBank, Bank Jago, and blu by BCA Digital among Generation Z users. A quantitative comparative cross-sectional design was applied to 126 respondents, with 42 users representing each application, selected through purposive and quota sampling. Usability was measured using the 10-item System Usability Scale, while user experience was evaluated through the 26-item User Experience Questionnaire covering attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty. The results show that SeaBank achieved the highest SUS score (82.0), followed by Bank Jago (77.2) and blu by BCA Digital (75.5); all three were classified as acceptable. Significant differences were found in overall SUS scores and in the UEQ dimensions of perspicuity, efficiency, and stimulation, whereas attractiveness, dependability, and novelty did not differ significantly. Pairwise tests indicated that the most consistent differences involved blu by BCA Digital. The findings imply that SeaBank and Bank Jago have relatively strong usability and user-experience profiles, while blu by BCA Digital should prioritize clearer interaction flows, perceived efficiency, and a more stimulating transaction experience.

Keywords: Digital Banking; Generation Z; System Usability Scale; Usability; User Experience Questionnaire.

Abstrak. Persaingan layanan bank digital menuntut pengembang memastikan bahwa fitur transaksi tidak hanya lengkap, tetapi juga mudah, efisien, dan memberikan pengalaman positif. Penelitian ini membandingkan *usability* dan *user experience* SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital pada pengguna Generasi Z. Pendekatan kuantitatif komparatif dengan desain *cross-sectional* diterapkan kepada 126 responden yang terbagi seimbang menjadi 42 pengguna pada setiap aplikasi melalui purposive sampling dan quota sampling. *Usability* diukur menggunakan 10 item *System Usability Scale*, sedangkan *user experience* dievaluasi menggunakan 26 item *User Experience Questionnaire* yang mencakup *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*. Hasil penelitian menunjukkan skor SUS SeaBank sebesar 82,0, Bank Jago 77,2, dan blu by BCA Digital 75,5; seluruhnya termasuk kategori *acceptable*. Perbedaan signifikan ditemukan pada skor SUS serta dimensi *perspicuity*, *efficiency*, dan *stimulation*, sedangkan *attractiveness*, *dependability*, dan *novelty* tidak berbeda signifikan. Uji pasangan menunjukkan bahwa perbedaan paling konsisten melibatkan blu by BCA Digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa SeaBank dan Bank Jago memiliki profil *usability* dan pengalaman pengguna yang relatif kuat, sedangkan blu by BCA Digital perlu memprioritaskan kejelasan alur, efisiensi interaksi, serta pengalaman transaksi yang lebih menarik.

Kata Kunci: Bank Digital; Generasi Z; System Usability Scale; Usability; User Experience Questionnaire.

1. LATAR BELAKANG

Digitalisasi telah mengubah pola penyediaan layanan perbankan dari layanan berbasis kantor menuju layanan yang dapat diakses melalui aplikasi seluler. Bank digital berkembang dengan menawarkan akses sepanjang waktu, biaya layanan yang lebih efisien, integrasi dengan ekosistem digital, dan proses transaksi yang dapat dilakukan tanpa bergantung pada lokasi. Perubahan tersebut sekaligus meningkatkan persaingan karena pengguna dapat membandingkan banyak aplikasi dan berpindah ketika kualitas interaksi yang diterima tidak sesuai dengan harapan (Rinjani et al., 2024; Windasari et al., 2022).

Generasi Z menjadi kelompok penting dalam perkembangan tersebut karena tumbuh bersama teknologi digital dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap kejelasan navigasi, konsistensi tampilan, kecepatan respons, serta inovasi layanan. Survei Populix (2024) menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok dominan dalam penggunaan bank digital di Indonesia, sedangkan penelitian Nurahmasari et al. (2023) menegaskan bahwa sikap terhadap teknologi turut memengaruhi niat menggunakan layanan perbankan digital. Temuan Soyupak & Ipek (2026) juga memperlihatkan bahwa pengguna muda menilai pengalaman penggunaan melalui kombinasi kualitas pragmatis dan daya tarik interaksi, bukan hanya kelengkapan fitur.

SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital dipilih karena ketiganya merupakan bank digital yang beroperasi melalui pendekatan digital-first dan memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi. SeaBank menonjolkan antarmuka sederhana serta integrasi dengan ekosistem digital, Bank Jago menawarkan personalisasi pengelolaan dana dan keterhubungan dengan mitra, sedangkan blu by BCA Digital memanfaatkan ekosistem serta reputasi BCA. Perbedaan karakteristik tersebut menjadikan ketiganya relevan untuk dibandingkan pada aktivitas yang sama, yaitu transfer dana, pembayaran virtual account, pembayaran tagihan, dan pengisian saldo dompet digital.

Kualitas aplikasi dari sudut pandang pengguna tidak cukup dinilai melalui jumlah unduhan atau rating toko aplikasi karena indikator tersebut tidak menjelaskan bagian interaksi yang membentuk kepuasan pengguna. Purnamasari & Thaha (2025) menemukan bahwa tingkat keterlibatan pada aplikasi bank digital tidak selalu sebanding dengan kepuasan yang tercermin dalam ulasan pengguna. Oleh karena itu, evaluasi terstandarisasi diperlukan agar perbandingan aplikasi didasarkan pada ukuran yang dapat ditelusuri dan tidak hanya pada popularitas.

Dua konsep yang relevan dalam evaluasi tersebut adalah *usability* dan *user experience*. *Usability* menggambarkan sejauh mana pengguna dapat mencapai tujuan secara efektif, efisien, dan memuaskan dalam konteks penggunaan tertentu, sedangkan *user experience* mencakup persepsi serta respons pragmatis dan emosional yang muncul selama berinteraksi dengan sistem (Schankin et al., 2022; Schrepp, 2023). *System Usability Scale* (SUS) menghasilkan satu skor global pada rentang 0-100, sementara *User Experience Questionnaire* (UEQ) menghasilkan enam skor dimensi, yaitu *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty* (Schrepp, 2023). Priandani et al. (2023) menunjukkan bahwa UEQ dapat memberikan gambaran pengalaman pengguna secara lebih terperinci melalui dimensi-dimensi tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kedua instrumen dapat memberikan informasi yang saling melengkapi. Setiyawati & Bangkalang (2022) menggunakan SUS dan UEQ untuk membandingkan aplikasi *mobile banking* konvensional, sedangkan Simamora et al. (2023) mengevaluasi SeaBank hanya menggunakan UEQ dan Shafar (2025) membandingkan beberapa aplikasi *mobile banking* hanya menggunakan SUS. Permana (2025) memperlihatkan bahwa aplikasi dengan skor *usability* lebih tinggi tidak selalu menjadi aplikasi dengan profil pengalaman pengguna terbaik, sehingga penggunaan kedua instrumen secara bersamaan diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih utuh. Celah penelitian terletak pada masih terbatasnya studi yang membandingkan aplikasi bank digital khususnya SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital secara bersamaan dengan menggunakan SUS dan UEQ pada kelompok Generasi Z. Penelitian ini bertujuan mengukur tingkat *usability*, mengevaluasi enam dimensi *user experience*, menguji perbedaan antarkelompok pengguna, serta mengidentifikasi kekuatan dan ruang perbaikan relatif setiap aplikasi. Hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian evaluasi sistem informasi dan menjadi masukan berbasis data bagi pengembang dalam meningkatkan kualitas interaksi transaksi bank digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Bank Digital dan Generasi Z

Bank digital merupakan bank yang menjalankan layanan perbankan terutama melalui saluran elektronik sehingga pembukaan rekening, pengelolaan dana, dan transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi. Nilai layanan tidak hanya ditentukan oleh produk keuangan, tetapi juga oleh kualitas antarmuka yang menjadi titik interaksi utama antara pengguna dan bank. Pada konteks ini, kegagalan memahami alur, ketidakjelasan status transaksi, atau langkah yang berlebihan dapat mengurangi kepercayaan serta mendorong pengguna mencari alternatif layanan.

Generasi Z memiliki pengalaman panjang dengan perangkat digital dan cenderung melakukan evaluasi cepat terhadap kualitas layanan berbasis aplikasi. Supriyadi & Darwanto (2023) menunjukkan bahwa kemudahan dan karakteristik layanan digital berperan dalam adopsi bank digital pada Generasi Z, sedangkan Windasari et al. (2022) menekankan pentingnya pengalaman digital pada kelompok generasi muda. Karakter tersebut mendasari pemilihan responden berusia 17-29 tahun sebagai segmen penelitian, tetapi hasilnya tetap dibatasi pada pengguna yang memenuhi kriteria pengalaman transaksi.

Usability dan System Usability Scale

Usability merujuk pada kemampuan sebuah sistem membantu pengguna mencapai tujuan dengan tingkat efektivitas, efisiensi, dan kepuasan tertentu. Dalam aplikasi bank digital, konsep ini berkaitan dengan kemudahan memahami menu, konsistensi langkah transaksi, pengurangan kesalahan, dan kenyamanan penggunaan secara keseluruhan. Penilaian *usability* dalam penelitian ini menggunakan SUS karena instrumennya ringkas, dapat diterapkan pada berbagai produk digital, dan menghasilkan skor yang mudah dibandingkan (Napitupulu & Hidayati, 2024).

SUS terdiri atas sepuluh pernyataan dengan skala Likert lima tingkat dan memadukan item positif serta negatif. Skor kontribusi setiap item dikonversi, dijumlahkan, kemudian dikalikan 2,5 untuk menghasilkan skor 0-100; skor tersebut bukan persentase keberhasilan, melainkan indeks persepsi *usability*. Nilai 68 digunakan sebagai acuan normatif, sedangkan interpretasi kategori dapat diperkuat melalui *adjective rating*, *grade scale*, dan *acceptability range* (Bangor et al., 2009; Brooke, 1996).

User Experience dan User Experience Questionnaire

User experience mempunyai cakupan lebih luas daripada *usability* karena juga mencakup kesan emosional, daya tarik, dan kebaruan yang dirasakan pengguna. UEQ mengukur pengalaman tersebut melalui 26 pasangan kata berlawanan pada skala semantik diferensial tujuh tingkat yang dikonversi ke rentang -3 hingga +3. Nilai di atas 0,8 umumnya menunjukkan evaluasi positif, nilai antara -0,8 dan 0,8 cenderung netral, dan nilai di bawah -0,8 menunjukkan evaluasi negatif (Schrepp, 2023).

Enam dimensi UEQ terdiri atas *attractiveness* sebagai kesan keseluruhan, *perspicuity* sebagai kemudahan memahami dan mempelajari sistem, *efficiency* sebagai persepsi terhadap kepraktisan interaksi, *dependability* sebagai rasa kontrol dan prediktabilitas, *stimulation* sebagai ketertarikan dan motivasi, serta *novelty* sebagai kreativitas dan kebaruan. *Perspicuity*, *efficiency*, dan *dependability* membentuk kualitas pragmatis, sedangkan *stimulation* dan *novelty* membentuk kualitas hedonis. UEQ juga menyediakan *benchmark* untuk menunjukkan posisi relatif hasil dibandingkan basis data produk yang telah dievaluasi, tetapi kategori tersebut tidak diperlakukan sebagai standar industri yang mutlak (Mujinga, 2024; Schankin et al., 2022).

Penelitian Terdahulu dan Kebaruan

Penelitian Setiyawati & Bangkalang (2022) menunjukkan bahwa penggabungan SUS dan UEQ dapat menjelaskan perbedaan *usability* global sekaligus karakter pengalaman pengguna pada aplikasi perbankan. Simamora et al. (2023) menemukan bahwa evaluasi

SeaBank menggunakan UEQ menghasilkan ruang perbaikan pada sejumlah dimensi, Ratnawati & Anandito 2024) memperoleh skor SUS 74,2 pada BCA Mobile. Shafar (2025) juga melaporkan perbedaan skor SUS yang cukup lebar di antara aplikasi yang dibandingkan, sehingga kualitas interaksi tidak dapat diasumsikan sama hanya karena fungsi perbankannya serupa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada perbandingan tiga bank digital murni secara bersamaan pada pengguna Generasi Z dengan menggabungkan SUS dan UEQ serta menerapkan uji komparatif sesuai karakteristik data tiap variabel. Pengujian dilakukan terhadap skor SUS dan setiap dimensi UEQ secara terpisah, sehingga hasil tidak hanya menunjukkan aplikasi dengan skor rata-rata tertinggi, tetapi juga mengidentifikasi dimensi yang benar-benar berbeda secara statistik. Model tersebut menghasilkan dasar yang lebih terarah untuk menjelaskan kekuatan dan kelemahan relatif ketiga aplikasi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif-evaluatif dan bersifat *cross-sectional* karena data dikumpulkan pada satu periode untuk membandingkan persepsi pengguna terhadap tiga aplikasi. Desain *between-subjects* diterapkan dengan menempatkan setiap responden hanya pada satu kelompok berdasarkan aplikasi utama yang paling aktif digunakan, yaitu SeaBank, Bank Jago, atau blu by BCA Digital. Tidak terdapat pemberian perlakuan maupun randomisasi kelompok, sehingga hasil diinterpretasikan sebagai perbedaan persepsi antarkelompok dan bukan hubungan sebab-akibat (Sugiyono, 2022).

Populasi target adalah pengguna aktif Generasi Z berusia 17-29 tahun di Indonesia yang menggunakan salah satu aplikasi penelitian, sedangkan jumlah populasi yang memenuhi seluruh kriteria tidak diketahui secara pasti. Sampel ditentukan melalui *non-probability sampling* dengan kombinasi *purposive sampling* dan *quota sampling*, yaitu telah menggunakan aplikasi minimal tiga bulan, melakukan sekurang-kurangnya empat transaksi dalam 30 hari terakhir, dan memiliki pengalaman pada aktivitas transaksi yang diteliti. Target minimum ditetapkan 120 responden yang dibagi seimbang menjadi sekurang-kurangnya 40 pengguna pada setiap aplikasi.

Pengumpulan data dilaksanakan secara daring melalui Google Forms pada 16 Juni-12 Juli 2026 dengan penyebaran tautan melalui TikTok dan WhatsApp. Kuesioner memuat informasi dan persetujuan responden, pertanyaan penyaring, karakteristik responden, instrumen SUS, instrumen UEQ, serta pertanyaan terbuka mengenai kendala dan saran. Pengendalian kualitas dilakukan melalui pemeriksaan kriteria inklusi, kelengkapan jawaban,

konsistensi aplikasi yang dinilai, pembatasan satu kali pengisian, dan peninjauan pola respons yang tidak memperhatikan arah item.

SUS terdiri atas 10 pernyataan dengan skala Likert lima tingkat dan menghasilkan satu skor *usability* pada rentang 0-100, sedangkan UEQ terdiri atas 26 pasangan kata berlawanan yang menghasilkan enam skor dimensi pada rentang -3 hingga +3. Variabel pengelompokan adalah aplikasi utama yang digunakan responden, sementara keluaran penelitian adalah skor SUS serta skor *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*. Ruang lingkup evaluasi dibatasi pada transfer dana, pembayaran *virtual account*, pembayaran tagihan, dan pengisian saldo dompet digital sebagaimana diringkas pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Model Penelitian

Komponen	Operasionalisasi	Instrumen	Keluaran
Jenis aplikasi	SeaBank, Bank Jago, atau blu by BCA Digital	Pertanyaan penyaring	Tiga kelompok pengguna
Usability	Persepsi usability secara keseluruhan pada aktivitas transaksi	SUS, 10 item	Skor 0-100
User experience	Persepsi pengalaman penggunaan pada aktivitas transaksi	UEQ, 26 item	Enam skor dimensi
Ruang lingkup	Transfer, virtual account, pembayaran tagihan, dan top-up dompet digital	Pertanyaan pengalaman penggunaan	Konteks evaluasi

Hasil uji konsistensi internal menunjukkan Cronbach's Alpha SUS sebesar 0,770, sedangkan nilai enam dimensi UEQ berada pada rentang 0,634-0,842. Nilai tersebut terdiri atas *attractiveness* 0,811, *perspicuity* 0,695, *efficiency* 0,842, *dependability* 0,671, *stimulation* 0,702, dan *novelty* 0,634. Seluruh instrumen dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas yang digunakan dan dapat dilanjutkan pada analisis deskriptif serta komparatif.

Skor SUS dihitung mengikuti prosedur Brooke, sedangkan skor UEQ dan kategorisasi *benchmark* diolah menggunakan *UEQ Data Analysis Tool*. Normalitas diuji dengan Shapiro-Wilk dan homogenitas varians diuji menggunakan Levene, kemudian *One-Way ANOVA* digunakan pada data normal-homogen, Welch ANOVA pada data normal tetapi tidak homogen, dan Kruskal-Wallis pada data yang tidak memenuhi normalitas. Uji lanjut menggunakan Tukey HSD, Games-Howell, atau Mann-Whitney U dengan koreksi Bonferroni sesuai uji omnibus, sedangkan seluruh keputusan utama menggunakan taraf signifikansi 0,05 dan analisis dilakukan dengan JASP.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Data dan Reliabilitas

Pengumpulan data menghasilkan 135 tanggapan. Empat tanggapan dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria inklusi dan lima tanggapan dikeluarkan karena responden memberikan skor 5 pada seluruh item SUS dan UEQ tanpa memperhatikan isi maupun arah setiap pernyataan. Data akhir berjumlah 126 responden yang terbagi seimbang menjadi 42 pengguna SeaBank, 42 pengguna Bank Jago, dan 42 pengguna blu by BCA Digital.

Secara deskriptif, ketiga kelompok memperlihatkan pola karakteristik yang relatif seimbang pada jenis kelamin, usia, sistem operasi, lama penggunaan, dan frekuensi transaksi. Setiap kelompok terdiri atas 23 pengguna Android dan 19 pengguna iOS, sedangkan proporsi pengguna dengan pengalaman 3-12 bulan dan lebih dari 12 bulan tidak menunjukkan ketimpangan yang besar. Kesamaan pola tersebut mendukung perbandingan yang lebih proporsional, tetapi tidak digunakan untuk menyatakan bahwa seluruh pengaruh individual telah dikendalikan karena karakteristik antarkelompok tidak diuji secara inferensial.

Nilai reliabilitas menunjukkan bahwa SUS dan seluruh dimensi UEQ memiliki konsistensi internal yang memadai. SUS memperoleh alpha 0,770, sedangkan nilai tertinggi UEQ terdapat pada *efficiency* sebesar 0,842 dan nilai terendah pada *novelty* sebesar 0,634. Reliabilitas tersebut menunjukkan konsistensi jawaban terhadap konstruk yang diukur dan bukan kualitas aplikasi yang dievaluasi.

Usability Berdasarkan System Usability Scale

SeaBank memperoleh skor SUS rata-rata tertinggi sebesar 82,0, diikuti Bank Jago sebesar 77,2 dan blu by BCA Digital sebesar 75,5. SeaBank berada pada kategori *Excellent* dengan grade B, sedangkan Bank Jago dan blu by BCA Digital berada pada kategori *Good* dengan grade C. Seluruh skor berada di atas nilai normatif 68 dan termasuk *Acceptable*, sehingga ketiga aplikasi secara umum memperoleh penilaian *usability* positif.

Pengujian Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa skor SUS ketiga kelompok memenuhi asumsi normalitas, sedangkan Levene menghasilkan $p=0,299$ sehingga varians diperlakukan homogen. *One-Way ANOVA* menunjukkan perbedaan signifikan, $F(2,123)=5,56$; $p=0,005$, dengan eta squared 0,083. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sekitar 8,3% variasi skor SUS dalam sampel berkaitan dengan kelompok aplikasi yang dinilai.

Tabel 2. Ringkasan Hasil SUS dan Uji Komparatif

Aplikasi	N	Mean	SD	Kategori	Hasil komparatif
SeaBank	42	82,0	8,38	Excellent; B; Acceptable	F(2,123)=5,56; p=0,005; $\eta^2=0,083$
Bank Jago	42	77,2	9,18	Good; C; Acceptable	
blu by BCA Digital	42	75,5	10,10	Good; C; Acceptable	

Uji Tukey HSD menunjukkan bahwa perbedaan signifikan hanya terdapat antara SeaBank dan blu by BCA Digital dengan selisih rata-rata 6,49 poin dan $p=0,005$. SeaBank dan Bank Jago menghasilkan $p=0,051$, sedangkan Bank Jago dan blu by BCA Digital menghasilkan $p=0,669$, sehingga kedua pasangan tersebut tidak berbeda signifikan. Dengan demikian, SeaBank memiliki skor *usability* relatif tertinggi, tetapi tidak dapat dinyatakan berbeda secara statistik dari Bank Jago.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa ketiga aplikasi mampu mendukung aktivitas transaksi yang diteliti, tetapi tingkat penerimaan pengguna tidak sepenuhnya sama. Skor SeaBank yang lebih tinggi dapat dikaitkan dengan persepsi terhadap alur transaksi yang ringkas, sedangkan posisi Bank Jago menunjukkan profil yang tetap kompetitif karena tidak berbeda signifikan dengan kedua aplikasi lainnya. Beberapa tanggapan terbuka menyebut kemudahan, biaya transaksi, gangguan jaringan, dan keterlambatan notifikasi, tetapi komentar tersebut hanya digunakan sebagai konteks karena tidak dianalisis secara tematik dengan frekuensi yang terukur.

Dibandingkan penelitian terdahulu, skor ketiga aplikasi berada pada tingkat yang relatif tinggi. Ratnawati dan Anandito (2024) memperoleh skor SUS BCA Mobile sebesar 74,2, sedangkan Shafar (2025) melaporkan skor 70,2 untuk BCA Mobile, 67,2 untuk Livin' by Mandiri, dan 40,0 untuk Bale by BTN. Perbedaan hasil dapat dipengaruhi oleh karakteristik responden, versi aplikasi, konteks tugas, dan periode pengumpulan data, tetapi secara umum temuan ini menguatkan bahwa SUS mampu membedakan persepsi penggunaan pada aplikasi dengan fungsi yang serupa.

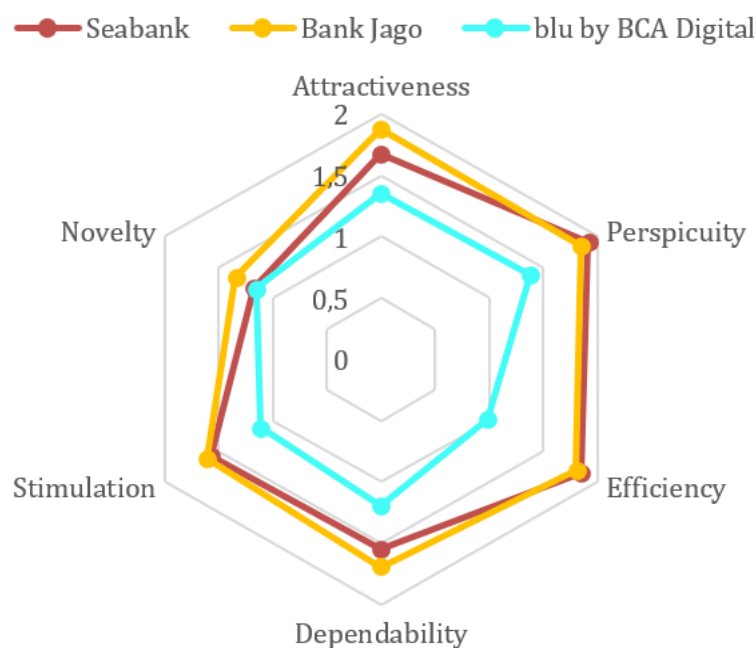
User Experience Berdasarkan User Experience Questionnaire

Seluruh dimensi UEQ pada ketiga aplikasi memperoleh nilai di atas 0,8 sehingga termasuk kategori evaluasi positif. Bank Jago memperoleh nilai tertinggi pada *attractiveness* 1,873, *dependability* 1,690, *stimulation* 1,613, dan *novelty* 1,345, sedangkan SeaBank memperoleh nilai tertinggi pada *perspicuity* 1,911 dan *efficiency* 1,845. blu by BCA Digital memperoleh nilai lebih rendah pada seluruh dimensi, dengan selisih terbesar terlihat pada *efficiency*.

Hasil Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, dan *dependability* tidak memenuhi asumsi normalitas sehingga dianalisis menggunakan Kruskal-Wallis. *Stimulation* dan *novelty* memenuhi normalitas; *stimulation* mempunyai varians homogen dan dianalisis menggunakan *One-Way ANOVA*, sedangkan *novelty* tidak homogen dan dianalisis menggunakan Welch ANOVA. Ringkasan nilai rata-rata dan hasil komparatif disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Rata-Rata dan Hasil Uji Komparatif UEQ

Dimensi	SeaBank	Bank Jago	blu by BCA Digital	p	Keputusan
Attractiveness	1,675	1,873	1,353	0,085	Tidak signifikan
Perspicuity	1,911	1,851	1,381	0,015	Signifikan
Efficiency	1,845	1,804	0,982	0,002	Signifikan
Dependability	1,542	1,690	1,196	0,060	Tidak signifikan
Stimulation	1,565	1,613	1,113	0,008	Signifikan
Novelty	1,173	1,345	1,155	0,378	Tidak signifikan



Gambar 1. Perbandingan Enam Dimensi UEQ.

Pada *attractiveness*, Kruskal-Wallis menghasilkan $H(2)=4,942$; $p=0,085$; $\epsilon^2=0,024$, sehingga nilai Bank Jago yang lebih tinggi hanya merupakan keunggulan deskriptif. *Dependability* juga tidak berbeda signifikan, $H(2)=5,633$; $p=0,060$; $\epsilon^2=0,030$, sehingga belum terdapat bukti bahwa persepsi kontrol dan prediktabilitas interaksi berbeda di antara ketiga kelompok. Hasil ini tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan keamanan sistem atau kestabilan server karena UEQ mengukur persepsi interaksi, bukan pengujian teknis.

Perspicuity menunjukkan perbedaan signifikan, $H(2)=8,464$; $p=0,015$; $\epsilon^2=0,053$. Uji Mann-Whitney dengan batas Bonferroni 0,0167 menunjukkan bahwa SeaBank berbeda dengan blu by BCA Digital ($p=0,009$), sedangkan SeaBank-Bank Jago ($p=0,753$) dan Bank Jago-blu by BCA Digital ($p=0,017$) tidak berbeda signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna SeaBank menilai alur aplikasi lebih mudah dipahami dibandingkan pengguna blu by BCA Digital, tetapi posisi Bank Jago belum dapat dibedakan secara statistik dari kedua kelompok.

Perbedaan terbesar terdapat pada *efficiency*, $H(2)=12,852$; $p=0,002$; $\epsilon^2=0,088$. blu by BCA Digital berbeda signifikan dengan SeaBank ($p=0,002$) dan Bank Jago ($p=0,003$), sedangkan SeaBank dan Bank Jago tidak berbeda ($p=1,000$). Hasil ini menunjukkan perbedaan persepsi terhadap kepraktisan, keterarahan, dan minimnya usaha selama interaksi, bukan perbedaan waktu pemrosesan transaksi yang diukur secara objektif.

Stimulation juga berbeda signifikan, $F(2,123)=4,984$; $p=0,008$; $\eta^2=0,075$. Uji Tukey menunjukkan SeaBank berbeda dengan blu by BCA Digital ($p=0,029$) dan Bank Jago berbeda dengan blu by BCA Digital ($p=0,014$), sedangkan SeaBank dan Bank Jago tidak berbeda ($p=0,960$). Dengan demikian, pengguna SeaBank dan Bank Jago memberikan penilaian lebih tinggi terhadap ketertarikan, motivasi, dan kesenangan selama menggunakan aplikasi dibandingkan kelompok blu by BCA Digital.

Welch ANOVA pada *novelty* menghasilkan $F(2;78,07)=0,985$; $p=0,378$ sehingga tidak terdapat perbedaan signifikan. Walaupun Bank Jago mempunyai nilai rata-rata tertinggi, variasi penilaian belum cukup untuk menyatakan adanya perbedaan persepsi kebaruan. Pola serupa pada *attractiveness* menegaskan bahwa selisih rata-rata deskriptif perlu dibedakan dari bukti statistik.

Berdasarkan kelompok kualitas, SeaBank dan Bank Jago mempunyai *pragmatic quality* yang hampir sama, masing-masing sekitar 1,77 dan 1,78. Bank Jago memperoleh *hedonic quality* sekitar 1,48, SeaBank 1,37, dan blu by BCA Digital 1,13, sehingga Bank Jago memiliki profil hedonis relatif tertinggi secara deskriptif. Hasil tersebut mendukung gagasan bahwa aplikasi dengan skor SUS tertinggi tidak selalu menjadi aplikasi dengan nilai tertinggi pada seluruh dimensi pengalaman pengguna.

Pada *benchmark* UEQ, SeaBank berada pada kategori *Good* di seluruh dimensi, Bank Jago mencapai *Excellent* pada *attractiveness* dan *Good* pada dimensi lain, sedangkan blu by BCA Digital berada pada *Below Average* pada *efficiency* tetapi tetap memperoleh evaluasi absolut positif. Perbedaan antara evaluasi positif dan posisi *benchmark* penting karena skor 0,982 pada *efficiency* blu by BCA Digital menunjukkan penerimaan positif, tetapi relatif lebih rendah dibandingkan produk dalam basis data UEQ. Temuan ini sejalan dengan kajian Mujinga

(2024) bahwa dimensi pragmatis dan hedonis dapat memberikan gambaran yang berbeda mengenai kualitas pengalaman layanan perbankan digital.

Perbandingan Keseluruhan dan Implikasi

Penggabungan SUS dan UEQ menunjukkan bahwa SeaBank, Bank Jago, dan blu by BCA Digital sama-sama memperoleh penilaian positif, tetapi memiliki kekuatan relatif yang berbeda. SeaBank menonjol pada skor SUS, *perspicuity*, dan *efficiency*, sedangkan Bank Jago menunjukkan profil pengalaman yang lebih seimbang dan memperoleh nilai tertinggi secara deskriptif pada empat dimensi UEQ. blu by BCA Digital tetap termasuk *Acceptable* dan positif, tetapi perbedaan signifikan paling konsisten melibatkan aplikasi tersebut pada *perspicuity*, *efficiency*, dan *stimulation*.

Implikasi praktisnya adalah pengembang SeaBank perlu mempertahankan kesederhanaan alur dan konsistensi umpan balik transaksi, sedangkan Bank Jago perlu mempertahankan keseimbangan antara kemudahan, kontrol, dan daya tarik penggunaan. Pengembang blu by BCA Digital dapat memprioritaskan penyederhanaan langkah transaksi, penggunaan istilah yang lebih mudah dipahami, akses yang lebih langsung ke aktivitas utama, dan umpan balik yang membuat pengguna merasa lebih yakin serta terlibat. Saran tersebut didasarkan pada persepsi responden dan perlu dilengkapi pengujian berbasis tugas sebelum digunakan untuk menyimpulkan penyebab teknis.

Secara teoretis, hasil ini memperkuat bahwa *usability* global dan *user experience* multidimensi perlu dibaca secara bersamaan. SUS efektif untuk menunjukkan penerimaan keseluruhan dan perbedaan skor antarproduk, sedangkan UEQ menguraikan aspek pragmatis dan hedonis yang membentuk penilaian tersebut. Kombinasi kedua instrumen membantu menghindari kesimpulan yang terlalu sederhana, misalnya menyatakan satu aplikasi terbaik hanya berdasarkan satu skor rata-rata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian menunjukkan bahwa ketiga aplikasi memperoleh persepsi *usability* yang positif dan termasuk kategori *Acceptable*. SeaBank memperoleh skor SUS tertinggi sebesar 82,0, diikuti Bank Jago 77,2 dan blu by BCA Digital 75,5, tetapi perbedaan signifikan hanya ditemukan antara SeaBank dan blu by BCA Digital. Dengan demikian, SeaBank memiliki skor *usability* relatif tertinggi dalam sampel, sedangkan Bank Jago tetap kompetitif karena tidak berbeda signifikan dengan kedua aplikasi lainnya. Seluruh dimensi UEQ pada ketiga aplikasi berada dalam kategori positif. Perbedaan signifikan ditemukan pada *perspicuity*, *efficiency*, dan *stimulation*, sedangkan *attractiveness*, *dependability*, dan *novelty* tidak berbeda signifikan.

SeaBank dan Bank Jago mempunyai profil yang relatif berdekatan, sementara perbedaan yang paling konsisten melibatkan blu by BCA Digital, terutama pada persepsi kejelasan alur, efisiensi interaksi, dan stimulasi penggunaan.

Bagi pengembang, SeaBank disarankan mempertahankan alur transaksi yang ringkas dan konsistensi umpan balik, Bank Jago mempertahankan keseimbangan kualitas pragmatis dan hedonis, sedangkan blu by BCA Digital memprioritaskan penyederhanaan navigasi, kejelasan istilah, dan pengalaman transaksi yang lebih menarik. Hasil penelitian dapat menjadi salah satu pertimbangan pengguna, tetapi tidak digunakan sebagai dasar tunggal memilih aplikasi karena aspek biaya, fitur produk keuangan, keamanan, dan ekosistem layanan tidak dievaluasi. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih luas, pengukuran berbasis tugas seperti waktu dan tingkat keberhasilan, serta wawancara untuk menjelaskan alasan di balik skor.

Keterbatasan penelitian terletak pada penggunaan *non-probability sampling*, data laporan diri, desain *cross-sectional*, dan fokus pada pengguna Generasi Z serta empat aktivitas transaksi. Karakteristik responden hanya dibandingkan secara deskriptif, sehingga perbedaan skor tidak dapat dinyatakan sepenuhnya disebabkan oleh aplikasi. Kesimpulan penelitian karena itu dibatasi pada persepsi kelompok responden yang terlibat dan tidak dimaksudkan untuk menetapkan satu aplikasi sebagai aplikasi bank digital terbaik secara mutlak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan bagian dari penelitian skripsi pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang. Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, seluruh responden, dan pihak yang mendukung proses pengumpulan serta pengolahan data.

DAFTAR REFERENSI

- Bangor, A., Kortum, P., & Miller, J. (2009). Determining what individual SUS scores mean: Adding an adjective rating scale. *Journal of Usability Studies*, 4.
- Brooke, J. (1996). SUS: A quick and dirty usability scale. In P. W. Jordan, B. Thomas, B. A. Weerdmeester, & I. L. McClelland (Eds.), *Usability evaluation in industry* (pp. 189–194). Taylor & Francis.
- Mujinga, M. (2024). Online banking user experience: A User Experience Questionnaire (UEQ) assessment in South Africa. *Indonesian Journal of Information Systems*, 6(2). <https://doi.org/10.24002/ijis.v6i2.8606>

- Napitupulu, A., & Hidayati, R. (2024). Evaluasi tingkat kepuasan pengguna dan usability aplikasi Grab menggunakan metode pengujian usability dan System Usability Scale (SUS). *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 4721–4729.
- Nurahmasari, M., Silfiyah, S. N., & Pangaribuan, C. H. (2023). The intention to use digital banking services among Gen Z in Indonesia based on the Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, (1), 15–31. <https://doi.org/10.51353/jmbm.v5i1.692>
- Permana, A. (2025). Perbandingan efektivitas desain user experience pada platform pembayaran digital (Studi kasus pada GoPay, OVO, DANA). *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 9(2), 263. <https://doi.org/10.26798/jiko.v9i2.1346>
- Populix. (2024). *Studi analisis ekosistem dan persepsi terhadap bank digital di Indonesia*.
- Priandani, N. D., Sandy, Y. A., & Sari, N. R. (2023). User experience evaluation of Botani mobile application using User Experience Questionnaire. *JTMI: Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 9(1). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v9i1.9025>
- Purnamasari, R., & Thaha, A. R. (2025). Understanding user satisfaction in digital banking: Sentiment analysis and topic modeling of Indonesian bank reviews. *Business Informatics*, 19(3), 101–112. <https://doi.org/10.17323/2587-814X.2025.3.101.112>
- Ratnawati, S., & Anandito, W. D. (2024). Analisis usability pada aplikasi mobile banking BCA menggunakan System Usability Scale (SUS). *Jurnal Perangkat Lunak*, 6(2). <https://doi.org/10.32520/jupel.v6i2.3285>
- Rinjani, A. N., Nandika, K. A., Dahmily, S., Nafisiyah, M., & Fauziyah, I. S. (2024). Pengaruh bank digital terhadap minat Gen Z. *Indonesian Journal of Economics*, 1(4).
- Schankin, A., Budde, M., Riedel, T., & Beigl, M. (2022). Psychometric properties of the User Experience Questionnaire (UEQ). In *Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/3491102.3502098>
- Schrepp, M. (2023). *User experience questionnaire handbook* (11th ed.). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2815.0245>
- Setiyawati, N., & Bangkalang, D. H. (2022). The comparison of evaluation on user experience and usability of mobile banking applications using User Experience Questionnaire and System Usability Scale. *International Academic Symposium of Social Science 2022*, 87. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022082087>
- Shafar, R. M. (2025). *Analisis usability pada aplikasi mobile banking menggunakan System Usability Scale (SUS)*. Margonda.
- Simamora, A. P., Adiyanto, & Winanti. (2023). Evaluasi user experience pada aplikasi bank digital SeaBank. *Jurnal IPSIKOM*, 11. <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v11i2.254>
- Soyupak, O., & Ipek, H. (2026). Exploring user experience and usability of mobile and open banking for digital natives in Türkiye. *Qualitative Research in Financial Markets*, 18(2). <https://doi.org/10.1108/QRFM-02-2024-0051>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Supriyadi, F. T., & Darwanto, D. (2023). Investigating drivers of digital banking adoption of Gen Z in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(2), 257. <https://doi.org/10.26418/Jebik.V12i2.67212>

Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from Gen Y and Gen Z. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>