



INTISARI

Di tengah era industri 4.0, agenda transformasi *digital* telah menjadi urgensi strategis bagi institusi finansial, tak terkecuali PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sebagai respons strategis, BNI merilis 'Wondr by BNI' sebagai *platform mobile banking* mutakhir yang diproyeksikan untuk mengakselerasi peralihan nasabah dari sistem legacy menuju ekosistem digital yang lebih terpadu dan *modern*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi Wondr by BNI, serta pengaruh kepuasan tersebut terhadap *Continuance Intention*. Selain itu, penelitian ini juga merumuskan strategi optimal untuk mendukung efektivitas migrasi *digital* berdasarkan hasil pengukuran kuantitatif dan analisis strategis. Metode yang digunakan adalah Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4, serta matriks TOWS untuk analisis strategis.

Temuan empiris mengonfirmasi bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima secara statistik. Secara spesifik, persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) teridentifikasi sebagai determinan dominan yang memengaruhi *Perceived Usefulness* (PU), sedangkan *Satisfaction* terbukti sebagai penentu utama dalam membentuk *Continuance Intention*. Nilai R^2 menunjukkan kontribusi sedang untuk PU dan *Satisfaction*, namun masih tergolong lemah untuk *Continuance Intention*, mengindikasikan adanya faktor eksternal lain yang belum tercakup dalam model. Strategi yang dirumuskan melalui analisis TOWS antara lain kampanye berbasis UX, edukasi fitur *lifestyle*, integrasi sistem dengan ekosistem BUMN, dan pendekatan *social proof* berbasis kepuasan pengguna.

Dengan memahami kekuatan dan kelemahan model perilaku pengguna saat ini, penelitian ini memberikan implikasi akademis dalam memperluas studi adopsi teknologi serta rekomendasi praktis untuk mendukung strategi retensi dan konversi pengguna BNI secara menyeluruh.

Kata kunci: transformasi *digital*, *Mobile Banking*, kepuasan, niat keberlanjutan, PLS-SEM, TOWS, migrasi *digital*, Wondr by BNI.



ABSTRACT

Digital transformation in the banking sector has become a strategic priority in the Industry 4.0 era, including for PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Through the launch of its new Mobile Banking application, Wondr by BNI, BNI aims to accelerate user migration from legacy platforms to a more modern and integrated digital system. However, despite improvements in features and interface, there remains a conversion gap, indicated by a persistent migration gap and a high level of multi-banking among users.

This study aims to analyze the factors influencing user satisfaction with the Wondr by BNI application, and the impact of satisfaction on Continuance Intention to use. Furthermore, this research formulates strategic recommendations to support the effectiveness of the digital migration based on quantitative measurements and strategic analysis. The method used is Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (SEM-PLS) with SmartPLS 4 software, combined with TOWS matrix for strategic formulation.

The results show that all proposed hypotheses are supported and statistically significant. Perceived Ease of Use (PEOU) has the strongest influence on Perceived Usefulness (PU), while Satisfaction is proven to be the primary determinant of Continuance Intention. R^2 values indicate a moderate contribution to Perceived Usefulness and Satisfaction, but remain weak for Continuance Intention, suggesting the presence of other external factors not captured in the model. The TOWS strategic analysis recommends approaches such as UX-based campaigns, lifestyle feature education, system integration with BUMN ecosystems, and social proof strategies leveraging user satisfaction.

By understanding the strengths and weaknesses of the current behavioral model, this study offers academic implications for extending technology adoption theory and practical recommendations to support BNI's comprehensive user retention and digital conversion strategy.

Keywords: *digital transformation, Mobile Banking, satisfaction, Continuance Intention, PLS-SEM, TOWS, digital migration, Wondr by BNI.*