



## Analisis Persepsi Konsumen terhadap Penggunaan Aplikasi *Livin by Mandiri*

**Andhi Febisatria**

Universitas LIA

**Putu Ruth Adwishanty**

Universitas LIA

Alamat : Jl. Pengadegan Timur Raya No.3, Pengadegan, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah  
Khusus Ibukota Jakarta

Korespondensi : [andhi.febisatria@universitaslia.ac.id](mailto:andhi.febisatria@universitaslia.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze consumer perceptions regarding the use of the Livin by Mandiri mobile banking application. The research is grounded in the Technology Acceptance Model (TAM), focusing on two main constructs: perceived usefulness and perceived ease of use. Data were collected using a qualitative content analysis approach, with user comments on the Google Play Store serving as the primary data source. The findings reveal that while many users express positive attitudes toward the functionality and features of the application, a significant portion also reports dissatisfaction with system performance, user interface, and customer service response times. The study contributes theoretically by validating the applicability of TAM in the context of mobile banking, and practically by offering insights for developers to enhance the user experience of Livin by Mandiri. Furthermore, this research introduces a novel methodological approach by utilizing digital user reviews as a primary data source. It is recommended that future studies incorporate broader data sources, including social media comments and surveys, to strengthen the generalizability of the findings.*

**Keywords:** *Consumer Perception, Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM), Livin by Mandiri, Qualitative Content Analysis*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terkait penggunaan aplikasi perbankan digital *Livin by Mandiri*. Penelitian ini menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan fokus pada dua konstruk utama, yaitu persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Data dikumpulkan melalui pendekatan analisis konten kualitatif, dengan komentar pengguna di platform *Google PlayStore* sebagai sumber data utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun banyak pengguna yang mengungkapkan sikap positif terhadap fungsionalitas dan fitur aplikasi, sebagian besar juga menyatakan ketidakpuasan terhadap performa sistem, antarmuka pengguna, serta respons layanan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memvalidasi penerapan TAM dalam konteks *mobile banking*, serta kontribusi praktis dengan memberikan wawasan bagi pengembang untuk meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi *Livin by Mandiri*. Penelitian ini memperkenalkan pendekatan metodologis baru dengan memanfaatkan ulasan pengguna digital sebagai sumber data utama. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sumber data dengan mencakup komentar di media sosial dan survei untuk memperkuat generalisasi temuan penelitian.

**Kata kunci:** *Persepsi Konsumen, Mobile Banking, Technology Acceptance Model (TAM), Livin by Mandiri, Analisis Konten Kualitatif*

## LATAR BELAKANG

Transformasi digital yang bergerak cepat telah membawa perubahan fundamental dalam sektor layanan keuangan, termasuk perbankan. Salah satu inovasi krusial dalam merespons era digitalisasi ini adalah keberadaan layanan *mobile banking*. Gitleman (2014) mendefinisikan *Mobile Banking* atau M-Banking sebagai layanan inovatif dari bank yang memungkinkan pengguna untuk melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui telepon pintar. Senada dengan itu, *Mobile Banking*, atau yang umum dikenal sebagai M-Banking, merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan yang memanfaatkan perangkat komunikasi bergerak seperti *smartphone* (Agustini, 2022). Lebih lanjut, *mobile banking* menyediakan sarana untuk melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi yang terpasang pada *smartphone* (Riayu & Susanto, 2021). Kehadiran *mobile banking* tidak hanya memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melaksanakan transaksi finansial, tetapi juga menjadi instrumen strategis bagi bank untuk memperluas cakupan layanan dan memperkuat kesetiaan pelanggan (Fernos & Alfadino, 2021).

Bank Mandiri sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia berupaya memenuhi kebutuhan nasabah di era digital dengan meluncurkan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Aplikasi ini menawarkan berbagai kemudahan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga pengelolaan investasi, yang semuanya dapat diakses hanya melalui satu platform. Menurut Kotler dan Keller (2013) Kunci sukses dalam meraih loyalitas konsumen adalah dengan cara memuaskan mereka. Bank Mandiri selaku salah satu bank terbesar di Indonesia telah melakukan upaya untuk mencapai hal tersebut dengan meluncurkan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Tujuan dari pembuatan aplikasi *Livin' by Mandiri* adalah untuk mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan Bank Mandiri (Wahyudi, 2023). Meskipun memiliki maksud dan tujuan yang baik tetapi dalam perjalanannya belum banyak nasabah Bank Mandiri yang menggunakan aplikasi ini.

Berdasarkan data dari Bank Mandiri (2024), tercatat bahwa dari total 41,8 juta nasabah, hanya sekitar 27,6 juta orang yang aktif menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Dengan kata lain, tingkat adopsi aplikasi ini baru mencapai sekitar 67% dari keseluruhan nasabah. Fakta ini menunjukkan adanya potensi permasalahan, di mana meskipun aplikasi tersebut dikembangkan dengan tujuan yang positif, tingkat partisipasi pengguna masih belum maksimal. Lusiono dan Suharman (2016) menyatakan bahwa salah satu tolok ukur keberhasilan dalam adopsi teknologi baru adalah sejauh mana teknologi tersebut dapat diterima dan dinilai secara positif oleh masyarakat.

Pada dasarnya, konsumen akan mempertimbangkan aspek kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dalam menilai suatu inovasi teknologi. Ketika konsumen membayangkan adanya kenyamanan dan memahami pentingnya penggunaan teknologi tersebut, maka minat untuk menggunakannya akan muncul (Davis, 1989). Santoso dan Rahmawati (2022) menyebutkan bahwa mayoritas pengguna *Livin' by Mandiri* menunjukkan sikap penerimaan dan ketertarikan terhadap aplikasi tersebut. Namun, hal ini kontras dengan temuan Rafli dan Yunanto (2024) yang mengungkapkan bahwa banyak pengguna masih merasa kurang puas terhadap performa dan

layanan yang diberikan oleh aplikasi. Ketimpangan antara minat dan kepuasan inilah yang menjadi dasar munculnya permasalahan yang penting untuk diteliti lebih lanjut oleh peneliti.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melihat tanggapan masyarakat terkait dengan penerimaan aplikasi *Livin' by Mandiri* di masyarakat. Tanggapan masyarakat akan dilihat melalui komentar pada aplikasi *Google Playstore* di tahun 2025. Komentar-komentar tersebut akan dianalisis untuk melihat perilaku penerimaan dan minat dalam penggunaan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Komentar tersebut akan dianalisis menggunakan *Technology Acceptance Model* dari Davis (1989) untuk melihat perilaku penerimaan dan minat menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat dilihat bahwa sesuai dengan tujuan pembuatannya seharusnya aplikasi *Livin' by Mandiri* memiliki banyak pengguna. Sehingga perlu dilihat pendapat dan persepsi masyarakat terkait dengan aplikasi *Livin' by Mandiri*.

## KAJIAN TEORI

### 1. *Mobile Banking*

Gitleman (2014) menjelaskan bahwa *mobile banking* atau *M-Banking* merupakan sebuah inovasi layanan dari institusi perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan secara digital melalui perangkat *smartphone*. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses aktivitas perbankan kapan saja dan di mana saja. Hal ini sejalan dengan pendapat Riayu dan Susanto (2021) yang menyatakan bahwa *mobile banking* adalah fasilitas perbankan berbasis aplikasi yang dioperasikan melalui perangkat komunikasi bergerak seperti *smartphone*, di mana pengguna dapat menjalankan berbagai transaksi keuangan secara mandiri.

Sementara itu, Wardani (2013) menambahkan bahwa layanan *mobile banking* memungkinkan nasabah mengakses fitur-fitur perbankan melalui aplikasi yang telah diunduh di ponsel mereka. Penggunaan layanan ini tidak hanya melibatkan institusi bank, tetapi juga membutuhkan kerja sama dengan penyedia layanan telekomunikasi serta pihak ketiga lainnya seperti vendor teknologi untuk memastikan kelancaran operasional dan aksesibilitas layanan tersebut.

### 2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) dengan dasar pemikiran dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun (1975). Dalam pengembangannya, TAM mengadaptasi beberapa komponen utama dari TRA, yaitu kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), niat (*intention*), dan perilaku penggunaan (*user behavior*). Tujuan utama dari TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi sejauh mana seseorang bersedia menerima dan menggunakan suatu teknologi, yang dilandasi oleh persepsinya terhadap teknologi tersebut.

Model ini secara luas digunakan sebagai landasan dalam berbagai penelitian empiris untuk mengukur kesiapan dan kelayakan adopsi teknologi baru. Napitupulu et al.

(2017) menyatakan bahwa TAM merupakan kerangka teori yang paling relevan dalam memprediksi minat dan kesiapan individu dalam mengadopsi teknologi, karena model ini berfokus pada perilaku penerimaan teknologi dalam konteks sistem informasi.

Lebih lanjut, TAM menilai penerimaan teknologi berdasarkan dua konstruk utama, yaitu persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Kedua faktor ini diyakini sebagai penentu utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Dengan demikian, TAM menjadi alat penting dalam menganalisis perilaku pengguna terhadap berbagai bentuk inovasi teknologi, termasuk dalam konteks digital banking seperti aplikasi *Livin' by Mandiri*.

### 3. Analisis Isi (*Content Analysis*)

Menurut Eriyanto (2013), analisis isi merupakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara rinci pesan atau teks tertentu. Menurut Weber dalam Eriyanto (2013), mendefinisikan analisis isi sebagai suatu pendekatan penelitian yang melibatkan serangkaian prosedur sistematis untuk menarik kesimpulan yang sah dari sebuah teks. Metode ini digunakan untuk memahami makna dan substansi dari unit data kualitatif seperti teks, gambar, maupun suara.

Holsti dalam Eriyanto (2013) menyatakan bahwa analisis isi adalah teknik penelitian yang dirancang untuk menyusun inferensi melalui proses identifikasi karakteristik tertentu dalam pesan-pesan, yang dilakukan secara sistematis dan objektif. Dengan demikian, analisis isi memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna tersembunyi dan pola komunikasi dalam data kualitatif secara metodologis.

## METODE PENELITIAN

### 1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data yang nantinya akan mereduksi tema-tema kecil yang dapat diambil dari data sampel yang nantinya akan dipetakan kembali menjadi tema-tema besar. Teknik ini tepat digunakan untuk penelitian yang memiliki banyak sumber data. Agar mempermudah dalam menarik kesimpulan. Analisis isi dipilih untuk memperjelas

### 2. Sampel

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *snowball sampling*, yang mana pada peneliti akan mencari data terus menerus sampai peneliti menilai data yang digali telah jenuh (Cooper dan Schindler, 2017). Penelitian ini mengambil sampel dari komentar – komentar yang ada di *Google Playstore*. Sampel pada penelitian ini adalah berupa komentar-komentar yang ada di kolom ulasan Aplikasi *Livin' by Mandiri* pada platform *Google Playstore* yang diposting dari 6 bulan terakhir. Pengambilan data pada *Google Playstore* dipilih karena menjadi wadah dari aplikasi *Livin' by Mandiri*. Sedangkan pengambilan data 6 bulan terakhir

dianggap cukup dapat mewakili keseluruhan sampel komentar yang ada di *Google Playstore*.

### 3. Triangulasi Data

Triangulasi data digunakan sebagai salah satu pendekatan untuk memastikan validitas internal maupun eksternal dalam penelitian (Cooper & Schindler, 2017). Dalam penelitian ini, triangulasi dilakukan dengan memadukan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi terhadap data sampel, studi literatur, dan dokumentasi data pendukung yang relevan. Penggunaan beberapa sumber dan metode ini bertujuan untuk meningkatkan keandalan dan akurasi temuan penelitian.

### 4. Metode Pengambilan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga metode sebagai syarat keabsahan data atau triangulasi data. Metode pengambilan data yang dipilih adalah metode observasi, studi pustaka, dan studi literatur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

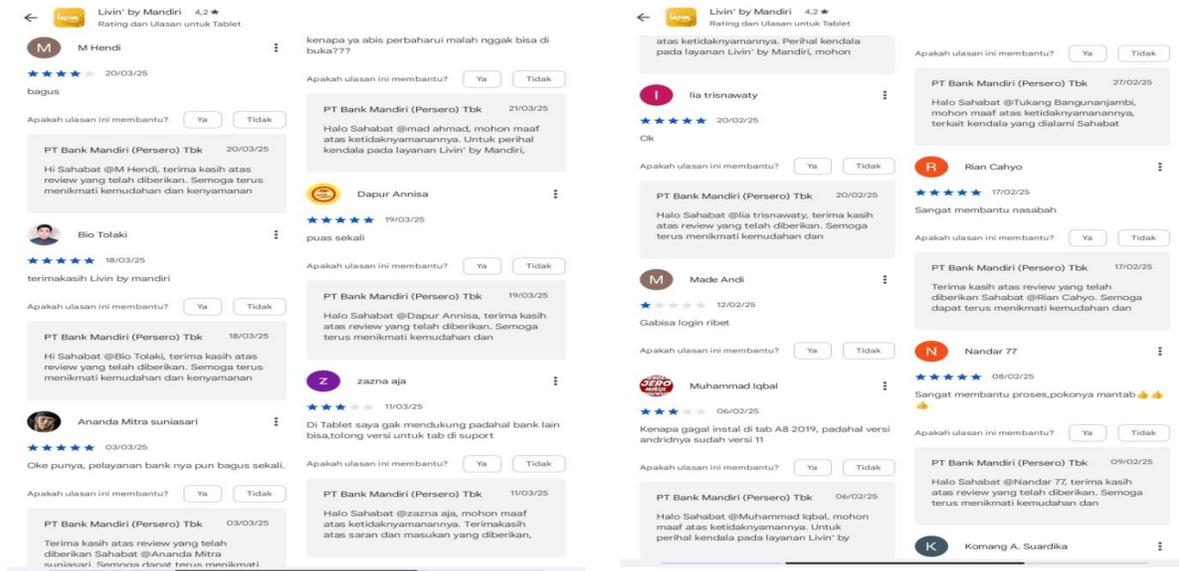
### 1. HASIL PENELITIAN

Hasil pada penelitian ini merupakan data pengamatan dari komentar-komentar pada kolom ulasan aplikasi *Livin' by Mandiri* pada platform *Google Playstore*. Hasil pengamatan tersebut akan dikategorikan menjadi sebuah tema-tema kecil yang sesuai dengan maksud dari komentar tersebut. Tema-tema kecil tersebut akan di reduksi menjadi sebuah tema-tema besar yang nantinya akan memudahkan dalam proses pengambilan kesimpulan.

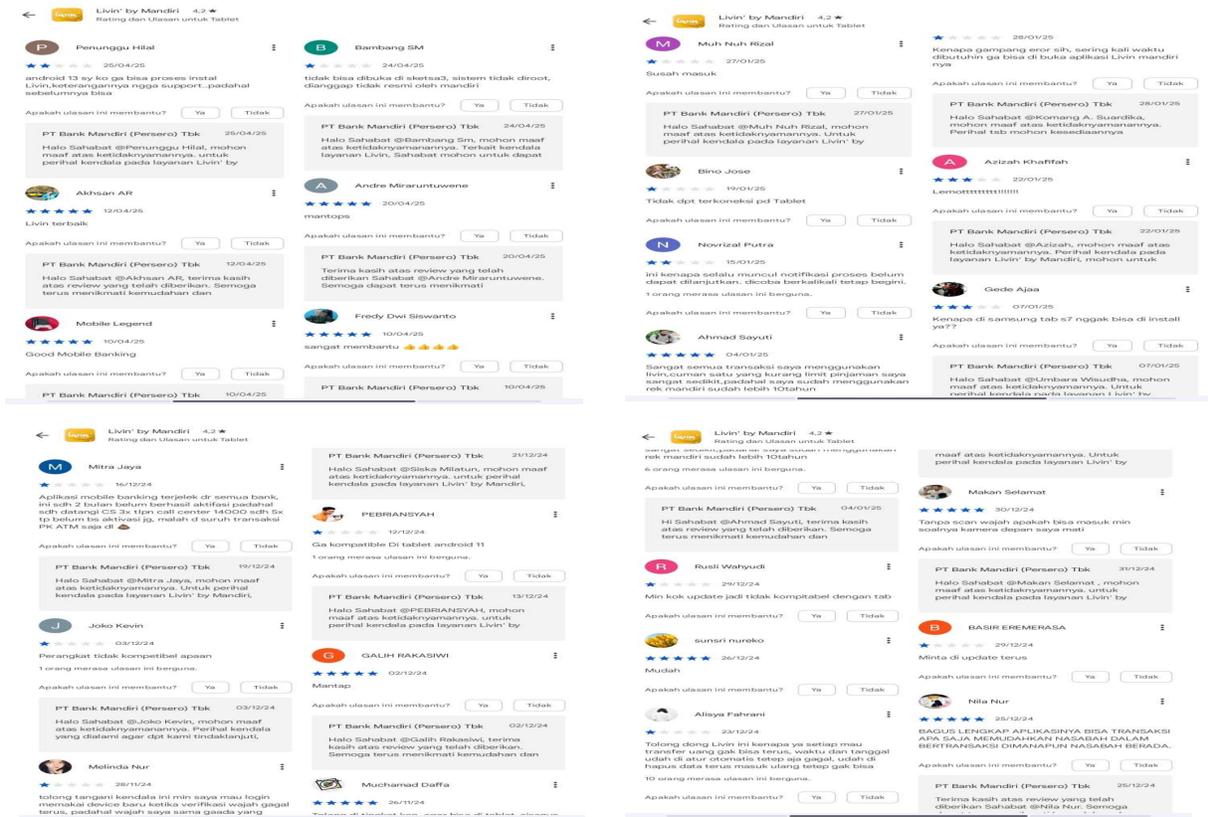
Proses pengkodean data akan dilakukan per komentar yang akan dianalisis melalui tangkapan layar yang ada di kolom ulasan pada platform *Google Playstore*. Kolom ulasan pada *Google Playstore* akan berisi tanggapan dan juga komentar mengenai aplikasi *Livin' by Mandiri*. Proses pengkodean ini akan dianalisis mengacu pada *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989). *Technology Acceptance Model (TAM)* akan melihat bagaimana reaksi para audiens terhadap aplikasi *Livin' by Mandiri* baik dari segi kegunaan dan performa aplikasi. Komentar dari audiens akan direkam melalui tangkapan layar (*screenshot*) yang nantinya akan dianalisis dan dikategorikan menjadi tema-tema khusus yang pada akhirnya menjadi sebuah tema besar.

Berikut ini adalah tangkapan layar dari kolom ulasan aplikasi *Livin' by Mandiri* pada platform *Google Playstore* dalam kurun waktu 6 bulan terakhir :

# Analisis Persepsi Konsumen terhadap Penggunaan Aplikasi Livin' by Mandiri



Gambar 1. Tangkapan Layar Komentar Aplikasi Livin' by Mandiri  
Sumber : Google Playstore (2025)



Gambar 2. Tangkapan Layar Komentar Aplikasi Livin' by Mandiri  
Sumber : Google Playstore (2025)

Berdasarkan dari tangkapan layar yang telah di rekam, terlihat komentar dari audiens dalam jangka waktu 6 bulan terakhir. Pengambilan data dalam kurun waktu 6 bulan dianggap peneliti sudah dapat mewakili pendapat audiens secara keseluruhan. Sesuai dengan teknik *snowball sampling* bahwa pengambilan data dapat dihentikan apabila peneliti menilai data yang terkumpul sudah cukup atau data yang muncul sudah jenuh (Neumann, 2014). Komentar pada tangkapan layar tersebut memiliki maksud dan prespektif yang berbeda-beda tentang aplikasi *Livin' by Mandiri*. Secara garis besar terdapat komentar yang bernada negatif dan juga yang bernada positif. Komentar pada kolom ulasan tersebut ditandai juga dengan pemberian bintang, dimana komentar yang bernada positif biasanya memiliki rating bintang diatas tiga.

Mengacu pada data yang telah direkam, kurang lebih jumlah dari komentar yang bernada positif dan bernada negatif jumlahnya cukup imbang dalam jangka waktu 6 bulan terakhir. Berdasarkan dari tangkapan layar yang telah diamati terdapat 15 komentar yang bernada positif, 14 komentar bernada negatif serta 3 komentar netral. Total jumlah komentar yang telah direkam adalah 32 komentar. Selanjutnya komentar –kometar tersebut akan dikategorikan berdasarkan maksud dan juga tujuannya. Proses pengkategorian ini disebut juga dengan proses pengkodean yang menganalisis komentar berdasarkan kalimatnya. Pengkodean ini akan menghasilkan tema-tema kecil yang nantinya akan di analisis dan dikategorikan lagi hingga membentuk suatu tema besar sesuai dengan teknik reduksi data (Cooper & Schindler, 2014).

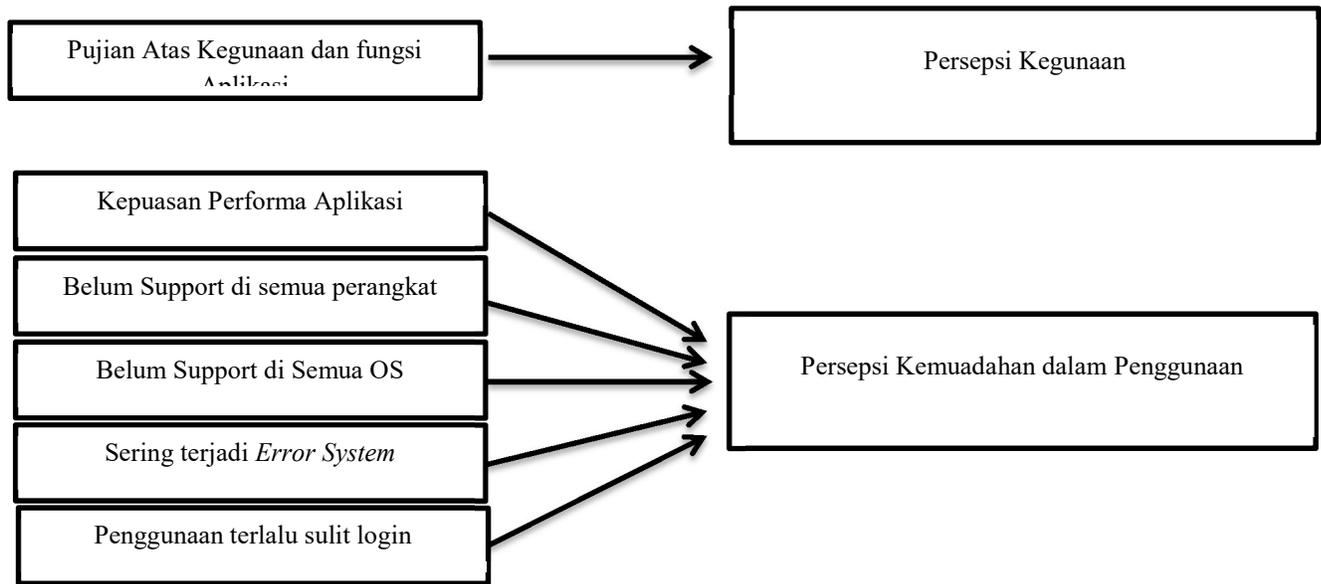
Berdasarkan dari pengamatan yang telah dilakukan, maka tema-tema yang dapat ditarik dari proses pengkodean dan analisis data sesuai dengan ulasan dari audiens tentang aplikasi *Livin' by Mandiri* adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Hasil Pengkodean data ulasan aplikasi *Livin' by Mandiri*  
Sumber : Data Diolah (2025)

Berdasarkan dari pengkodean awal yang telah dilakukan, terdapat 6 tema yang dapat diambil, tema-tema ini terbentuk berdasarkan dari komentar-komentar audiens pada kolom ulasan di platform *Google Playstore*. Tema-tema tersebut akan direduksi kembali dan dikategorikan menjadi tema-tema yang lebih besar, sesuai dengan teknik analisis reduksi data (Neumann, 2014). Proses reduksi data menjadi tema-tema besar akan dianalisis mengacu pada

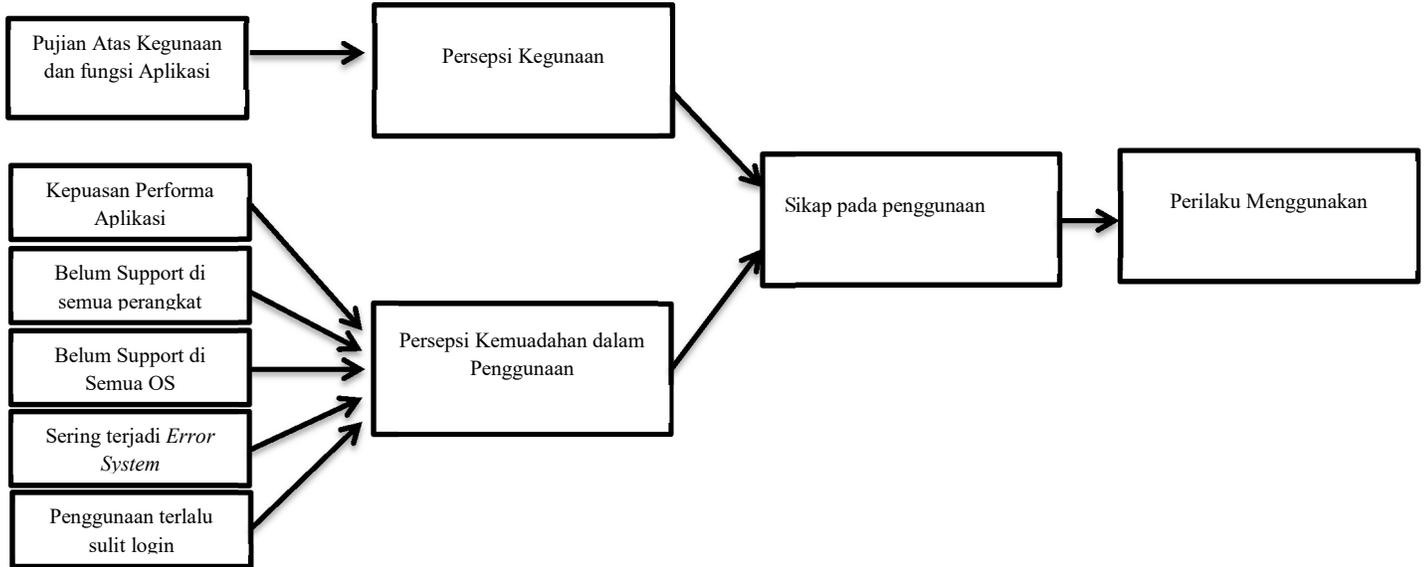
*Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989). Model ini akan melihat perilaku penerimaan seseorang terhadap teknologi terbaru berdasarkan dari persepsi kemudahan dalam penggunaan dan persepsi kegunaan dari suatu teknologi. Berikut ini adalah proses reduksi data mengacu pada *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989).



Gambar 4. Hasil Analisis data menggunakan Teknik Reduksi Data  
 Sumber : Data Diolah (2025)

Berdasarkan dari analisis data yang mengacu pada *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989) terdapat dua tema besar yang dapat dianalisis yaitu dari persepsi kegunaan dan persepsi kegunaan dalam menggunakan. Terdapat satu tema yang menjelaskan tentang persepsi kegunaan yaitu tentang kepuasan atas fungsi dan kegunaan aplikasi serta terdapat lima tema yang menjelaskan tentang persepsi kemudahan dalam menggunakan. Melihat dari analisis data tersebut, persepsi kegunaan dinilai positif, karena banyak ulasan yang memberikan pujian atas kegunaan dan fungsi dari aplikasi.

Sedangkan untuk persepsi kemudahan dalam menggunakan terdapat satu komentar positif dan satu 4 komentar yang bernada negatif, yang mengomentari perihal performa dan juga pengoperasian dari aplikasi *Living by Mandiri*. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa persepsi audiens pada kemudahan dari penggunaan aplikasi *Living by Mandiri* masih dianggap kurang baik. Secara keseluruhan kedua persepsi ini yang akan membentuk perilaku penerimaan audiens terhadap aplikasi *Living by Mandiri* dan secara lebih dalam lagi dapat mempengaruhi keinginan audiens dalam menggunakan aplikasi *Living by Mandiri* sesuai dengan *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989). Berikut ini adalah hasil analisis data yang dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model (TAM)* :



Gambar 4. Hasil Analisis data yang dijelaskan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* dari Davis (1989). Sumber : Data Diolah (2025)

## 2. PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi kegunaan memiliki tanggapan yang positif dari audiens, sedangkan persepsi kemudahan dalam penggunaan dinilai para audiens belum terlalu baik. Secara garis besar maksud dan tujuan adanya aplikasi *Livin' by Mandiri* adalah untuk memudahkan nasabah dalam mengakses layanan *Livin' by Mandiri*. Hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

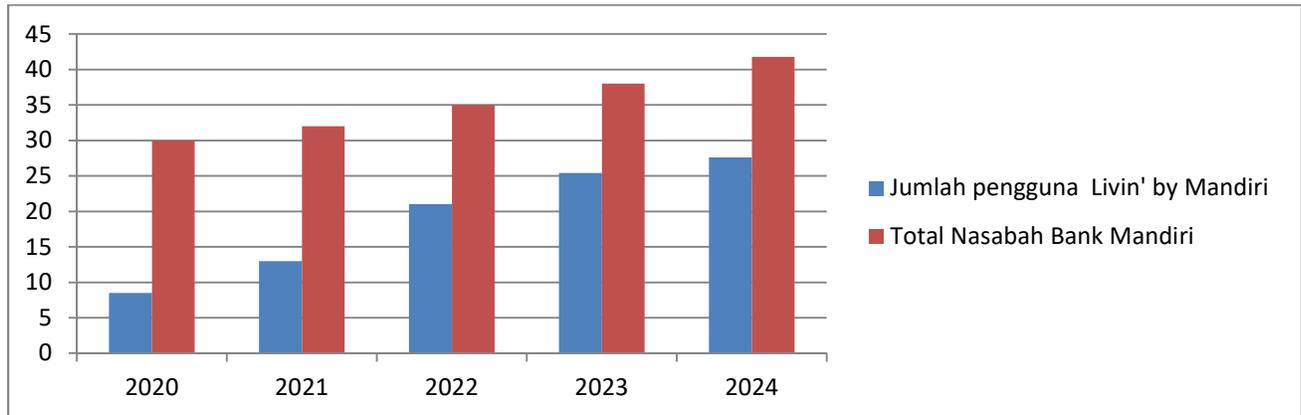
Penulis	Judul	Tahun	Hasil Penelitian
Wibisono et al.	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Fitur Sukha Pada Aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> Menggunakan Metode PIECES	2024	Hasil Penelitian mengatakan bahwa dari segi kegunaan dan fungsi aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> mendapat skor tinggi dan dapat dikatakan konsumen merasa puas. Sedangkan dari segi kemudahan dalam menggunakan konsumen masih dikategorikan puas dengan layanan <i>Livin' by Mandiri</i> , hanya saja skornya masih rendah. Utamanya di aspek <i>Control</i> dan <i>Security</i> yang memiliki skor penilaian terendah sebesar 3,57. Konsumen menilai aplikasi masih terkadang terjadi error dan terkadang terjadi kesulitan untuk di akses
Susanti et al.	Penerapan Metode Pieces Framework	2022	Hasil Penelitian menyatakan bahwa kegunaan dan fungsi aplikasi <i>Livin' by</i>

	Dalam Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i>		<i>Mandiri</i> mendapat skor tinggi dan konsumen dirasa sangat puas. Sedangkan dari segi kemudahan dalam menggunakan konsumen masih dikategorikan puas dengan layanan <i>Livin' by Mandiri</i> , hanya saja skornya masih rendah. Utamanya di aspek <i>Control</i> dan <i>Security</i> yang memiliki skor penilaian terendah sebesar 4,08 yang merupakan nilai terendah. Konsumen menilai beberapa fitur aplikasi masih sulit dipahami dan keamanan pengguna masih perlu ditingkatkan
Reynaldi et al.	Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> Menggunakan Metode EUCS (Studi Kasus Mahasiswa di DKI Jakarta)	2025	Hasil penelitian bahwa para pengguna secara umum merasa puas dengan aplikasi <i>Livin' by Mandiri</i> . Tetapi konsumen menilai perlu adanya pembenahan dari segi fitur utamanya dari symbol-simbol dan penggunaan aplikasi di malam hari.

Sumber : Studi Literatur (2025)

Berdasarkan dari penelitian terdahulu terlihat bahwa secara garis besar konsumen merasa puas atas fungsi dan kegunaan dari aplikasi *Livin' by Mandiri*, tetapi para konsumen menilai bahwa aplikasi *Livin' by Mandiri* masih harus diperbarui dari segi kemudahan dalam penggunaannya terutama dari aspek fitur-fitur dan juga *error system* yang masih sering terjadi . Hasil dari penelitian ini juga dibuktikan dengan rating aplikasi dari *Livin' by Mandiri* pada platform *Google Playstore* yang mendapatkan skor sebesar 4,2 dari 5 yang menandakan bahwa performa aplikasi masih dirasa masih perlu adanya pembenahan. Penelitian Sebelumnya juga mendukung hasil penelitian ini, seperti penelitian dari Utami et al. (2024), Umar et al. (2024) dan Ilahi (2024) yang menyarankan bahwa *Livin' by Mandiri* untuk lebih banyak pembaruan dari segi fitur layanan aplikasi. Argumen tersebut juga didukung dari data laporan akhir Bank Mandiri (2024) yang menyatakan bahwa jumlah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri* dibandingkan dengan keseluruhan nasabah masih sangat minim yaitu dibawah 70% dari jumlah total nasabah. Berikut ini adalah data jumlah pengguna *Livin' by Mandiri* berbanding dengan jumlah total nasabah :

Tabel 2. Jumlah pengguna *Livin' by Mandiri* berbanding dengan jumlah total nasabah Bank Mandiri



Sumber : Bank Mandiri (2025)

Berdasarkan dari data yang telah dipaparkan, terlihat bahwa pertumbuhan dari pengguna *Livin' by Mandiri* terlihat baik dengan penambahan jumlah yang baik, tetapi jika dibandingkan dengan jumlah nasabah Bank Mandiri secara keseluruhan masih dianggap kurang banyak dikarenakan persentasenya masih dibawah 70 %. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa memang masih perlu adanya pembenahan dari aplikasi *Livin' by Mandiri* agar dapat lebih meningkatkan jumlah penggunanya.

## KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki dua jenis implikasi, yaitu dari sisi teoritis dan praktis. Implikasi teoritis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi perilaku konsumen, khususnya dalam konteks penerimaan teknologi berbasis *Technology Acceptance Model (TAM)*. Penelitian ini memperkuat temuan dari Safira et al. (2023) dan Gumelar (2023), yang menunjukkan bahwa TAM merupakan kerangka teoritis yang tepat dalam menjelaskan perilaku konsumen terhadap penggunaan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Model ini secara efektif menggambarkan bagaimana persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi, khususnya layanan *mobile banking*.

Selain itu, dari segi metodologis, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui pendekatan pengumpulan data yang tidak konvensional, yaitu dengan menganalisis komentar-komentar pengguna pada platform *Google Playstore*. Strategi ini berbeda dari pendekatan umum sebelumnya yang lebih banyak menggunakan survei langsung atau wawancara. Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang bagi metode pengumpulan data digital berbasis opini publik secara daring sebagai alternatif yang valid dalam studi perilaku teknologi.

Adapun implikasi praktis dari penelitian ini menyoar pengembang aplikasi *Livin' by Mandiri*. Temuan mengenai keluhan dan umpan balik pengguna dapat digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan performa dan kualitas fitur aplikasi ke depan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi nasabah atau calon pengguna dalam memahami kelebihan dan kekurangan aplikasi *Livin' by Mandiri* sebelum menggunakannya.

## 2. Saran

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengembang aplikasi *Livin' by Mandiri* untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap performa aplikasi, serta melakukan pembaruan fitur guna meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*) dan mendorong pertumbuhan jumlah pengguna aktif di masa mendatang.

Penelitian ini juga menyarankan agar studi lanjutan melakukan pengujian empiris terhadap faktor-faktor yang memengaruhi *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagaimana dirumuskan dalam model TAM (Davis, 1989). Pengujian empiris juga diperlukan untuk melihat efek *simultan* dari kedua persepsi terhadap sikap dalam menggunakan aplikasi. Hal tersebut untuk mengkonfirmasi temuan penelitian ini yang menyatakan bahwa jika *perceived usefulness* tidak diimbangi *perceived ease of use* maka akan menghasilkan sikap yang negative pada penggunaan. Selain itu, pengembangan sumber data disarankan untuk diperluas, misalnya dengan menggabungkan komentar dari media sosial atau menggunakan pendekatan metode campuran seperti triangulasi data, guna meningkatkan validitas dan generalisasi temuan penelitian di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. L. P. L. E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan m-banking Livin' by Mandiri di Kabupaten Karangasem* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Bank Mandiri (2024) Laporan Tahunan 2024. *Bank Mandiri Persero Tbk*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. (2014). *Business research methods*. Mcgraw-hill.
- Davis, F. D. (1989). Technology acceptance model: TAM. Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: *Information Seeking Behavior and Technology Adoption*, 205-219.
- Eriyanto, 2013, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group
- Wibisono, E. A., Agustina, F., Arief, R., & Marleen, O. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Fitur Sukha Pada Aplikasi *Livin'by Mandiri* Menggunakan Metode PIECES. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 13(2), 235-246.
- Fernos, J., & Alfadino, M. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. Vol. 16 No. 2. Hal. 115-125. DOI: <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i2.19032>

- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Gitleman, L. (2014). Definisi Mobile Banking. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 12–18.
- Gumelar, P. A. (2023). Penerapan Metode End User Computing Satisfaction dan Technology Acceptance Model dengan Analisis Partial Least Square untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Livin'by Mandiri. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(2), 52-61.
- Holtrop, R., Wijoyo, S. H., & Nugraha, D. C. A. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Livin by Mandiri Menggunakan Metode EUCS (Studi Kasus Mahasiswa di DKI Jakarta). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(4).
- Ilaahi, S. (2024). *Penerapan Dukungan Teknologi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada Aplikasi Livin By Mandiri* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lusiono, E. F., & Suharman, S. (2017). Analisis penerimaan aplikasi SISKEUDES di lingkungan pemerintah daerah Kabupaten Sambas. *Jurnal akuntansi, ekonomi dan manajemen bisnis*, 5(2), 163-172.
- Napitupulu, D., Simarmata, J., Abdillah, L. A., Setiawan, M. I., Ahmar, A. S., Rahim, R., ... & Erliana, C. I. (2017, November). Analysis of Technology Acceptance Model (TAM) on E-Learning System. In 2017 International Conference on Education and Technology (2017 ICEduTech) (pp. 247-251). Atlantis Press.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Assex: Pearson Education Limited.
- Riayu Putri Annisaa' & Susanto Romi. (2021). Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Siteba. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Rafli, M., & Yunanto, M. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENGALAMAN NASABAH TERHADAP KEPUASAN NASABAH DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING LIVIN MANDIRI. *Journal of Syntax Literate*, 9(5).
- Safira, S. D., Ernawati, D., & Iqbal, M. (2023). Penerapan Technology Acceptance Model dalam Meningkatkan Minat Menggunakan Kembali M-Banking Livin by Mandiri. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 11(1), 28-40.
- Santoso, A. A., & Rachmawati, I. (2021). Analisis Minat Pengguna Layanan M-banking Livin'By Mandiri Di Indonesia Menggunakan Model Modifikasi Utaut 2. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Umar, S., Fitriansyah, A., & Ar-Rasyid, H. (2023). Evaluasi Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Bangking Livin Bank Mandiri pada Mahasiswa ITB Swadharma Menggunakan End User Computing Satisfaction (EUCS). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(2).
- Utami, V. D., Elfanza, V. C., Kusuma, R. L., & Albana, I. (2024). ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN PERANGKAT LUNAK LIVIN BY MANDIRI PADA PT BANK MANDIRI. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 4(1), 114-125.