

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
BRI MOBILE (BRIMO)

Asri Cahya Mandiri

asricahyaw@gmail.com

Efriyanto

efriyantopnj@yahoo.com

Elizabeth Yansye Metekohy

lisyansye@yahoo.co.id

Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of service quality and trust on customer satisfaction in using BRIMobile (BRImo) partially and simultaneously. The sample in this research consisted of 100 customers of Bank Rakyat Indonesia. The analysis technique used is multiple linear regression with analysis tools, namely SPSS Version 26.0. The results of this research partially indicate that service quality and customer trust have a significant positive effect on customer satisfaction in using BRI Mobile (BRImo). Based on the results of the simultaneous test, it was found that service quality and customer trust had a significant positive effect on customer satisfaction in using BRI Mobile (BRImo).

Keywords: *Service Quality, Customer Trust, Mobile Banking, BRI, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo) secara parsial dan simultan. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 nasabah Bank Rakyat Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan alat bantu analisis yaitu SPSS Versi 26.0. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo). Berdasarkan hasil uji simultan, ditemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo).

Kata kunci: *Kualitas layanan, Kepercayaan, Mobile Banking, BRI, Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring perkembangannya zaman, pengguna internet di Indonesia semakin meningkat secara signifikan. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pengguna internet di Indonesia menempati peringkat ke 6 didunia. Tingginya pertumbuhan pengguna internet tersebut merupakan sebuah peluang untuk perbankan meningkatkan pelayanannya kepada nasabah untuk menciptakan suatu produk berbasis teknologi untuk melayani nasabahnya melakukan transaksi keuangan tanpa dibatasi waktu dan tempat. Hal tersebut mendorong industri perbankan untuk mengembangkan berbagai inovasi dalam peningkatan layanan berbasis digital guna memuaskan nasabahnya.

Produk perbankan yang lahir dari perkembangan teknologi adalah *electronic banking*. *Electronic banking* adalah salah satu jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Tampubolon, 2004).

Salah satu bagian dari *electronic banking* yang banyak digunakan adalah mobile banking. Menurut laporan *Mobile Ecosystem Forum* (MEF), terdapat 80% responden dalam surveynya di Indonesia sudah menggunakan sarana *mobile banking*. *Mobile banking* diciptakan kepada nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet dan smartphone, khususnya via aplikasi yang dapat diunduh. Mirip dengan ATM (*Automatic Teller Machine*) lewat sarana mobile banking seorang

nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan rutin bulanan (listrik, telepon, dsb.) melalui rekening banknya. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan oleh nasabah dengan memanfaatkan layanan ini, terutama bila dilihat dari waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena transaksi menggunakan *mobile banking* pasti bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja selama nasabah dapat terhubung dengan jaringan internet. Bagi bank *electronic banking* bisa menjadi solusi untuk menekan biaya pengembangan pembukaan ATM (*Automatic Teller Machine*) serta cara yang tepat bagi bank untuk mempertahankan nasabah pada era digital ini.

Salah satu bank pemilik aset terbesar di Indonesia yang menghadirkan layanan perbankan berbasis teknologi yakni PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Hal ini dapat terlihat dengan *BRI Mobile* atau *BRImo*. *BRImo* merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi *BRI Mobile* yang telah ada sebelumnya dirilis pada februari 2019, meraih 2,2 juta pengguna dan volume transaksi mencapai 1,16 triliun sepanjang tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi *BRI Mobile* atau *BRImo* diterima oleh sebagian besar nasabah di Indonesia. Sesuai dengan tagline nya “*one-stop mobile banking solution di Indonesia*”, *BRI Mobile (BRImo)* menghadirkan beberapa keunggulan seperti kemudahan dalam pembukaan rekening, memiliki fitur tarik tunai tanpa kartu, mengadopsi sistem keamanan yang lebih baik, login dengan *finger print/face recognition*, dan akses info promo. Aplikasi ini menggabungkan fungsi *mobile banking*, *internet banking*, dan uang elektronik (Tbank) dalam satu aplikasi dengan menu transaksi yang lebih lengkap dan menarik daripada aplikasi sebelumnya.

Namun nyatanya dibalik kemudahan tersebut, dirasa masih terdapat banyak keluhan yang dirasakan nasabah, dilansir pada review *BRI Mobile (BRImo)* di *Playstore*, mengungkapkan bahwa nasabah sulit untuk melakukan aktivasi log in, dan transaksi, serta terdapat kegagalan transaksi yang dilakukan tetapi saldo tetap terdebit. Hal ini juga dapat dibuktikan dari banyaknya *feedback* buruk yang diberikan oleh pengguna.

Oleh karena itu, memberikan pandangan bahwa adanya ketidaksesuaian antara realita dengan ekspektasi nasabah, yang selalu mengharapkan layanan yang berkualitas dan tentunya berpengaruh terhadap

kepercayaan nasabah akibat risiko yang ditimbulkan dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)* kepada bank penyedia layanan, sehingga berdampak pada kepuasan nasabah sendiri.

Permasalahan

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan yang akan muncul dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*?
3. Apakah kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*?

Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*
2. Menganalisis pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*
3. Menganalisis pengaruh dari kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile (BRImo)*.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Tjiptono (2014:268) Kualitas Layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan.

Sementara Gazor (2012:859) yang dimaksud kualitas layanan adalah teknik modern untuk mengukur segala bentuk kualitas layanan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dan organisasi dengan segala keunggulannya yang berfokus pada pelanggan.

Dapat dikatakan bahwa baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten atas kebutuhan dan keinginan pengguna layanan tersebut, sehingga kualitas layanan merupakan hal terpenting untuk mencapai kepuasan nasabah.

Berdasarkan Zeithaml et al. (2017:93) mengemukakan tujuh dimensi pengukuran jasa online, yaitu:

A. Skala layanan inti:

- 1) *Efficiency*, Kemampuan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
- 2) *2.Reliability*, Berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagai mana mestinya.
- 3) *3.Fulfillment*, Mencakup pemenuhan janji layanan yang diberikan oleh pihak penyedia sesuai dengan yang dijanjikan.
- 4) *4.Privacy*, Jaminan bahwa data pengguna tidak akan diberikan kepada pihak lain, penyedia jasa layanan memberikan perlindungan terhadap data konsumen.

B. Skala layanan pemulihan:

- 1) *Responsiveness*, Berkenaan dengan, Kemauan untuk membantu konsumen memberikan layanan yang cepat (responsif) serta tepat.
- 2) *Compenation*, Meliputi penggantian kompensasi jika terjadi masalah.
- 3) *Contact*, Mencerminkan kebutuhan pelanggan secara online atau melalui telepon dengan staf layanan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo).

Kepercayaan (*Customer Trust*)

Lee (2009) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen

Kemudian (Mowen dan Minor dalam Priansa, 2017:116) menambahkan kembali bahwa kepercayaan sebagai semua

pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Kepercayaan dari nasabah merupakan hal yang paling mendasar dan terpenting yang harus didapatkan oleh sebuah bank untuk meraih kepuasan nasabahnya (Kim et al,2009), Kepercayaan membantu nasabah untuk dapat mengatasi persepsi ketidakpastian dan risiko yang dapat terjadi dengan jaringan berbasis internet (Mcknight et al,2002).

Menurut Mcknight et al (2002) menyatakan bahwa ada dua dimensi kepercayaan konsumen terhadap teknologi, yaitu:

1. Kepercayaan Keyakinan (*Trusting Belief*) adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. Terdapat tiga elemen yang membangun *trusting belief*, yaitu *benevolence* (niat baik), *integrity* (integritas), *competence* (kompetensi).
2. Niat Mempercayai (*Trusting Intention*) adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. McKnight et al menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention*, yaitu: *Willingness to depend* dan *Subjective probability of depending*.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah hipotesis sebagai berikut:

H2: Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo)

Kepuasan Nasabah (*Customer Satisfaction*)

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Sedangkan, Menurut Fandy Tjiptono (2012:146) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

Kepuasan nasabah dalam dunia perbankan memiliki peranan yang penting, nasabah yang puas biasanya tetap setia dalam jangka waktu yang lama dan akan membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produk kepada orang lain. Sehingga kepuasan nasabah merupakan keberhasilan suatu bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan baik.

Pada penelitian Kim et al. (2009), ia mengembangkan studi Fornell (1996) dan menggunakan indikator *e-satisfaction* sebagai berikut:

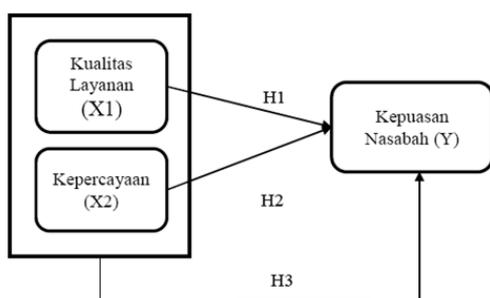
1. Terpenuhinya harapan yang diberikan oleh produk
2. Puas dengan pengalaman bertransaksi di situs.
3. Perasaan senang telah memilih situs dibandingkan situs lain.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik sebuah hipotesis sebagai berikut:

H3: Kualitas Layanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo).

Berdasarkan landasan teori, penelitian ini akan meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dengan kerangka teoritis dapat dilihat dalam bagan 1 berikut

Bagan 1
Skema Hubungan Antar Variabel



$$Y = a + bX_1 + cX_2 + e$$

Sumber: Data diolah, 2020

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel terikat (*Dependent Variable*) yang digunakan dalam penelitian, yaitu Kepuasan Nasabah, Sedangkan variabel bebas (*Independent Variable*) yang digunakan adalah Kualitas Layanan (X1) dan Kepercayaan (X2).

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI yang menggunakan BRI Mobile (BRImo). Sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah 100 orang. Teknik ini digunakan agar mendapatkan sampel yang representatif.

METODE ANALISIS

Data yang telah dikumpulkan harus dianalisis dan diolah terlebih dahulu agar dapat memunculkan manfaat dalam dasar pengambilan keputusan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang dikuantitatifkan. Analisis kualitatif adalah merupakan penjabaran dari analisa nonstatistik yang dapat membantu penelitian dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang terpengaruh dengan yang mempengaruhi. Sedangkan, analisis kuantitatif adalah data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung.

Analisis kuantitatif ini terdiri atas uji coba instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi. Uji coba instrumen dibedakan menjadi dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas bertujuan untuk menilai valid atau tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan, Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kestabilan ukuran dan konsistensi jawaban responden pada kuesioner.

Uji asumsi klasik merupakan salah satu pengujian prasyarat pada regresi linear berganda yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel yang digunakan pada penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dengan kriteria apabila nilai signifikansi > 0,05 (tingkat *error*) maka data dari model regresi dapat dikatakan distribusi normal. Sementara Uji multikolinearitas

bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variabel independen atau tidak. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas yang ada. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* dan *Tolerance*. Dengan kriteria apabila nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Dan uji koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Serta uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu.

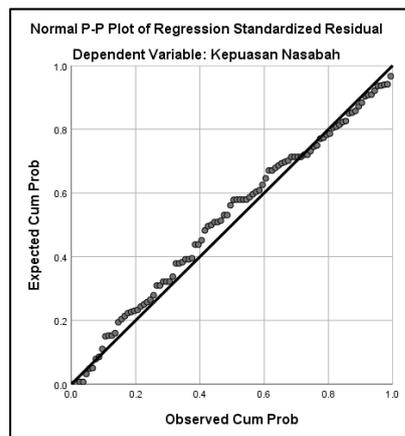
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan Reliabilitas

Dilakukan terhadap variabel bebas (variabel kualitas layanan dan kepercayaan) menghasilkan hasil yang valid bagi masing-masing indikator variabel karena nilai r hitung > r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator variabel yang dituangkan melalui pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur sesuatu yang akan diukur bagi setiap variabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Sedangkan melalui uji reliabilitas, masing-masing variabel menghasilkan nilai *cronbach alpha* > 0,60 yang artinya hasil pertanyaan bersifat *reliable* atau dapat diandalkan karena jawaban atas pertanyaan variabel stabil.

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji statistik normalitas ini, didukung oleh hasil uji statistik melalui uji grafik *probability plot*, yang menggambarkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal



Gambar 1 grafik *Normality Plot*

Sumber: data diolah menggunakan SPSS, 2020

Hasil uji normalitas melalui uji statistik yaitu uji Kolmogrov-Sminov memenuhi kriteria, yaitu memiliki hasil sebesar 0,125 > 0,05 (tingkat *error*).

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Test Statistic	.079
Asymp. Sig. (2-tailed)	.125 ^a
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: data diolah, 2020

sehingga model regresi memenuhi persyaratan asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Untuk hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa model regresi penelitian bebas multikolinieritas, yang ditunjukkan melalui hasil *tolerance* semua variabel yang lebih besar dari 10% atau 0,10 dengan nilai 0,636 (X1) dan 0,636 (X2). Sementara nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) semua variabel berada dibawah 10 yaitu 1,573 (X1) dan 1,573 (X2).

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

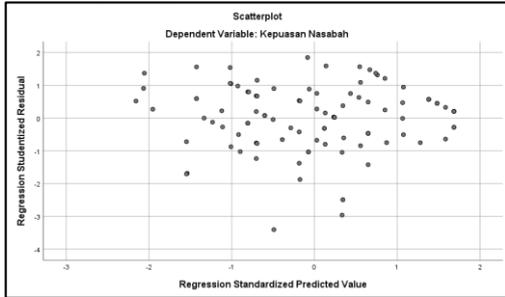
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.636	1.573
	Kepercayaan	.636	1.573

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah, 2020

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Melalui grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data diolah menggunakan SPSS,2020

Selain menggunakan *scatter plot* digunakan uji glejser yang ditunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 5%, diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,064 dan untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,647.

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.818	.006
	Kualitas Layanan	-1.872	.064
	Kepercayaan	.459	.647

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: data diolah, 2020

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk hasil persamaan linear berganda dijabarkan melalui hasil berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	-.399	2.247
Kualitas Layanan	.255	0.77
Kepercayaan	.791	.112

Sumber: data diolah, 2020

$$Y = -0,399 + 0,255 X1 + 0,791X2$$

Berdasarkan hasil uji analisis persamaan linear berganda yang berfungsi untuk mengukur besar hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah karena memiliki nilai koefisien tertinggi yaitu sebesar 0,791. Sedangkan pada variabel kualitas layanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,255.

Hasil Uji T

Menunjukkan pada hasil output semua nilai T hitung pada setiap variabel lebih besar daripada T tabel dengan nilai signifikan kurang dari 0,05, pada variabel kualitas layanan diperoleh T hitung 3,312 dan nilai signifikansi 0,001. Sementara pada variabel Kepercayaan (X2) diperoleh T hitung 7,068 dan nilai signifikansi 0,000. Artinya H1 dan H2 diterima.

Tabel 5 Hasil Uji T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.178	.859
	Kualitas Layanan	3.312	.001
	Kepercayaan	7.068	.000

Sumber: data diolah, 2020

Hasil Uji F

Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan pada hasil output ANOVA diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 70,154 dan angka signifikan 0,000 lebih kecil (<0,05), hal ini berarti H3diterima. Artinya variabel kualitas layanan (X1) dan kepercayaan (X2), secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y).

Tabel 6 Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	70.154	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: data diolah, 2020

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas (Kualitas Layanan dan Kepercayaan) dalam menjelaskan variabel terikat (Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 59,1%. Sedangkan sisanya sebesar 40,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.769 ^a	.591
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan		
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah		

Sumber: data diolah, 2020

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI *Mobile* (BRImo)” dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. Hasil uji regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo). Artinya semakin baik kualitas layanan BRI *Mobile* (BRImo) yang diberikan kepada nasabah, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.
2. Hasil uji regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo). Artinya semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap pihak bank maka penggunaan BRI *Mobile* (BRImo) memiliki manfaat yang dirasakan secara maksimal sehingga kepuasan nasabah dalam menggunakannya akan meningkat.
3. Hasil uji regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo). Berdasarkan hasil koefisien determinasi, variabel kualitas layanan dan kepercayaan memberikan kontribusi sebesar 59,1% terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo) sementara sisanya sebesar 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan dan semakin tinggi tingkat kepercayaan

nasabah terhadap pihak Bank Rakyat Indonesia, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dirasakan pada penggunaan aplikasi BRI *Mobile* (BRImo).

KETERBATASAN

Penelitian ini hanya mampu menjelaskan 59,1% variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile* (BRImo) sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemudahan, keamanan, fitur layanan, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. <https://www.kominfo.go.id/>. Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. Diakses pada 13 Juni 2020.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Gazor, H., Nemati, B., Ehsani, A., & Ameleh, K. N. (2012). Analyzing effects of service encounter quality on customer satisfaction in banking industry. *Management Science Letter* 2, 859-868.
- Kim, Jiyoung, ByoungHo Jin, and Jane L. Swinney. (2009). The role of etail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process. *Journal of retailing and Consumer services* Vol. 16. No.4, 239-247.
- Lee, K.C., and Chung, N. (2009) Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: a modified DeLone and McLean’s model perspective, *Interacting with Computers*. Vol. 21. No. 5/6, 385-92.
- Mcknight, D.H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing And Validating Trust Measures For E-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*. Vol. 3, 334-359.
- Priansa, Doni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Tampubolon, Nelson. (2004). Surat Edaran : Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking). (www.bi.go.id)

- Tjiptono, Fandy. (2012). Strategi Pemasaran, ed. 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.