

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan teknologi yang pesat saat ini, sektor perbankan juga mengalami beberapa perubahan kondisi yang dinamis. Perubahan kondisi perbankan yang dinamis ini merujuk kepada evolusi dan perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu, ini mencakup beberapa aspek salah satunya adalah perkembangan di bidang teknologi digitalisasi. Perkembangan teknologi digitalisasi di sektor perbankan ini mencakup peningkatan dalam solusi pembayaran atau transaksi yang cepat dan aman. Dengan hadirnya *mobile banking* meningkatkan kemudahan akses perbankan bagi masyarakat, selain itu dapat meningkatkan efisiensi perbankan yang bertujuan untuk meningkatkan aktivitas perkonomian.

Mobile Banking merupakan terobosan yang luar biasa di era modern ini, dengan adanya *mobile banking* ini nasabah dapat melakukan aktivitas transaksi dengan praktis dan fleksibel. Menurut (Hutabarat, 2010), *Mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang *cash*. Adanya *mobile banking* ini sebagai terobosan baru di era modern ini memiliki keunggulan dan manfaat bagi masyarakat, seperti kemudahan dalam mengakses yang menjadikan transaksi lebih fleksibel, layanan yang tersedia 24 jam dan memiliki fitur-fitur yang canggih dan memberi kemudahan untuk pengguna *mobile banking*.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan (Mundir & Lilik, 2021). Oleh karena itu akan muncul persaingan antar perusahaan perbankan. Dengan ini perusahaan perbankan harus memiliki inovasi untuk memberikan fasilitas dan fitur yang maksimal demi kepuasan nasabah.

(Sondakh, 2014) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen atau nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas pelayanan, dimana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kepuasan nasabah memiliki peran penting bagi perusahaan perbankan dan menjadi penilaian kinerja perusahaan. Dengan adanya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi maka akan berdampak baik untuk perusahaan begitu juga sebaliknya.

Kepuasan nasabah dapat ditentukan dari kualitas pelayanan perusahaan, sehingga kualitas pelayanan perusahaan menjadi salah satu elemen utama dalam proses mencapai kepuasan nasabah dan memiliki dampak langsung terhadap kesuksesan perusahaan. Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan (Arianto, 2018).

Hasil penelitian (Octavia, 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian (R. Ichsan & Karim, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memiliki hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, dengan kualitas pelayanan yang baik cenderung meningkatkan kepuasan nasabah. Ketika pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa lebih puas. Selain kualitas pelayanan, ada faktor lain yang memiliki peran penting terhadap kepuasan nasabah yaitu kualitas produk.

Hasil penelitian (Andriyani & Ardianto, 2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan memiliki arah positif terhadap kepuasan nasabah.

Hasil tersebut sejalan dengan hasil yang didapatkan dari penelitian (Putri et al., 2021) bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk memiliki hubungan langsung dengan kepuasan nasabah. Produk yang berkualitas tinggi yang memenuhi atau melebihi ekspektasi nasabah dalam hal kinerja, daya tahan, dan keandalan cenderung meningkatkan kepuasan nasabah. Selain kualitas produk, ada faktor lain yang memiliki peran penting yaitu kepercayaan.

Hasil penelitian (Sari et al., 2023) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan memiliki arah positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian (Pambudi & Soliha, 2022) bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepercayaan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan nasabah. Ketika nasabah percaya bahwa suatu layanan atau produk dapat diandalkan, transparan, dan memenuhi janji yang diberikan, mereka cenderung merasa lebih puas. Selain kepercayaan, ada faktor lain yang memiliki peran penting yaitu keamanan.

Hasil penelitian (Amalia & Hastriana, 2022) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan dan memiliki arah positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga dikuatkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khotijah, 2023) bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keamanan berhubungan erat dengan kepuasan nasabah, terutama dalam konteks transaksi atau data pribadi. Ketika nasabah merasa bahwa informasi dan transaksi mereka aman, mereka lebih cenderung merasa puas dan nyaman menggunakan layanan tersebut.

BRIimo adalah aplikasi keuangan digital bank BRI terbaru berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah maupun non nasabah BRI untuk dapat bertransaksi dengan *user interface* dan *user experience* terbaru, fitur *login face recognition*, *login fingerprint*, *top up gopay*, pembayaran QR dan fitur-fitur menarik lainnya, dengan pilihan *source of fund* / sumber dana setiap transaksi dapat menggunakan rekening giro/ tabungan (<https://bri.co.id/>). Bank BRI merilis aplikasi mobile banking yang bernama BRIimo pada tahun 2019.

Pada tahun 2024 jumlah penabung mencapai 569.723 orang pada akhir Mei, yang menunjukkan peningkatan signifikan sebanyak 4.321 orang dibandingkan dengan jumlah penabung pada Mei 2023. Peningkatan ini mencerminkan pertumbuhan minat masyarakat dalam menabung, yang kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti stabilitas ekonomi, peningkatan kesadaran finansial, serta berbagai program promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan sepanjang tahun. Dari gambaran tersebut berarti tingkat kesadaran dan kemampuan serta kepercayaan masyarakat untuk menabung di BRI cukup tinggi

Kemajuan teknologi dibidang *fintech* menjadi fenomena yang dihadapkan kepada masyarakat sekarang. Di era globalisasi ini kemajuan *fintech* sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat, salah satunya adalah munculnya aplikasi mobile banking. Dengan adanya mobile banking ini dapat memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari seperti mempermudah pembayaran tagihan, transfer uang dan masih banyak lainnya. Hal ini wujud dari berbagai macam inovasi di era globalisasi ini yang menghasilkan kemajuan teknologi terutama di bidang *fintech*. Meskipun BRIimo hadir sebagai solusi mobile banking yang lebih optimal dan nyaman, namun tantangan yang dihadapi dalam menghadirkan layanan tersebut tetap menjadi fokus penelitian.

Tabel 1.1 Pengguna BRImo

Tahun	Pengguna BRImo
2022	23,6 juta pengguna BRImo
2023	31,6 juta pengguna BRImo
2024	35,2 juta pengguna BRImo

Sumber : www.bri.co.id

Selama tiga tahun terakhir penggunaan BRImo mengalami peningkatan. Layanan mobile banking dari Bank Rakyat Indonesia itu memiliki jumlah pengguna sebanyak 23,6 juta pengguna pada tahun 2022, meningkat menjadi 31,6 juta pada tahun 2023 dan pada kuartal dua bulan juni tahun 2024, tercatat pengguna BRImo meningkat dengan jumlah pengguna sebanyak 35,2 juta pengguna BRImo. Peningkatan jumlah pengguna tersebut sejalan dengan kondisi kehidupan di era sekarang yang sudah mulai memanfaatkan kemajuan teknologi. Sadarnya masyarakat akan meleak teknologi di era sekarang dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam aktivitas sehari-hari, terlebih sudah banyak aktivitas seperti pembelian barang, metode payment yang sudah menerapkan sistem *cashless*. Hal ini dapat menjadi perhatian pihak Bank BRI untuk memberikan layanan *mobile banking* yang berkualitas kepada nasabah guna berkontribusi dalam perkembangan teknologi di era sekarang ini.

Dalam hal operasional pada aplikasi BRImo, walaupun jumlah pengguna pada BRImo mengalami peningkatan, Bank BRI mendapatkan keluhan-keluhan yang diberikan dari nasabahnya dari berbagai media. Beberapa nasabah memberikan ulasan adanya kendala seperti aplikasi yang error dan menyebabkan aplikasi keluar dengan sendirinya atau bisa disebut *force close* secara berkali-kali. Selain itu juga ada yang mengalami kendala seperti gagal login terhadap aplikasi BRImo. Dengan memahami kebutuhan dan mengukur tingkat kepuasan nasabah atas layanan aplikasi BRImo merupakan hal yang penting bagi Bank BRI guna bersaing dalam persaingan di sektor perbankan.

Seiring dengan kemajuan fintech yang menjadi fenomena dalam kehidupan masyarakat, pertanyaan muncul mengenai sejauh mana kualitas pelayanan BRImo dapat memenuhi harapan nasabah. Selain itu, dengan banyaknya fitur yang ditawarkan, apakah kualitas produk dan keamanan transaksi dalam BRImo dapat memberikan kepuasan maksimal bagi pengguna. Sementara itu, kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking ini juga menjadi titik penting, mengingat keberhasilan penggunaan aplikasi ini juga bergantung pada tingkat kepercayaan yang diberikan oleh nasabah.

Penelitian ini adalah pembaharuan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Novia et al., n.d.). Dalam penelitian ini menambahkan variabel keamanan sebagai variabel independen dan subyek yang berbeda. Subyek pada penelitian (Novia et al., n.d.) adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Pekalongan, sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Cabang Karanganyar. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk merinci dan memahami lebih dalam dampak kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo sebagai representasi dari permasalahan kompleks yang dihadapi oleh layanan mobile banking di era fintech ini. Berdasarkan latar belakang dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penelitian ini mengajukan pertanyaan penelitian (i) apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo, (ii) apakah kualitas produk

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo, (iii) apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo, dan (iv) apakah keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo.

2. Kajian Pustaka

2.1 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaannya (Sukma et al., 2019). TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi, TAM ini dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap sistem teknologi (Jogiyanto, 2009). *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang dapat memprediksi minat dan keinginan seseorang dalam menerima teknologi (Deananda et al., 2020). Pada model TAM, terdapat dua konstruk utama yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebergunaan). Selain itu, ada juga konstruk *Attitude Towards Using* atau sikap dalam menggunakan yang dapat digunakan untuk memprediksi minat, meskipun konstruk ini masih jarang digunakan (Uswatun et al., 2021).

Pada penelitian ini teori yang digunakan adalah teori TAM karena TAM merupakan model yang paling umum digunakan untuk memprediksi penerimaan teknologi informasi dan telah terbukti sangat berguna sebagai model teoretis untuk memahami dan menjelaskan perilaku pengguna saat mengimplementasikan sistem informasi. Model TAM umumnya menjelaskan hubungan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat untuk menggunakan suatu sistem. Berdasarkan teori TAM yang sudah dijelaskan diatas maka teori TAM akan menjadi landasan untuk menggambarkan adanya keterkaitan antara variable-variabel yang dalam penelitian ini.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut (Arianto, 2018b) kualitas layanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Sementara menurut (Gazor et al., 2012) 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. Sedangkan menurut ahli lain kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2015). Sedangkan menurut (Sadewa, 2018) kualitas layanan adalah serangkaian karakteristik yang melekat pada suatu produk atau layanan yang memungkinkannya memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

2.3 Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, sertalingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Suatu produk dapat dikatakan berkualitas

apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan konsumen (Aryani & Rosinta, 2010). Menurut Kotler dan Keller dalam Selvia Agusti & Verano (2022) bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang mempunyai manfaat bagi konsumen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diproduksinya, karena kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk dan jasa (Ernawati, 2019).

2.4 Kepercayaan

Menurut Setiadi dalam Satriady (2022) kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu yang mempengaruhi tindakan konsumen (perilaku pembelian) dan penilaian konsumen terhadap derajat kepuasan yang diperoleh dari tindakan yang menyebabkan penguatan dan akan meningkatkan kemungkinan pembelian kembali. Kepercayaan merupakan alat penting dalam menyukseskan industri apapun sehingga perlu dikembangkan berdasarkan interaksi dengan orang lain secara praktis (Panigrahi et al., 2018). Kepercayaan konsumen merupakan komponen penting untuk menjaga hubungan yang berkelanjutan di antara semua pihak yang terlibat dalam bisnis (Setyawan, 2014). Menurut (Arif & Fahmi, 2020) kepercayaan pelanggan dapat terpenuhi melalui kepuasan mereka, sehingga pelanggan akan terus melanjutkan transaksi dengan perusahaan tersebut.

2.5 Keamanan

Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi atau mengelola informasi data diri ataupun data bisnis nasabah dari tindak jahat dunia maya, pencurian online serta sabotase data online (Erina 2021). Sementara itu menurut (Tsiakis & Stephanides, 2005) keamanan adalah seperangkat program dan prosedur yang digunakan untuk pembuktian sumber informasi dan memastikan integritas serta privasi informasi. Keamanan dan privasi merupakan faktor yang dipertimbangkan pengguna ketika pengguna memutuskan menggunakan suatu teknologi agar terhindar dari kerugian ekonomi (Sayar & Wolfe, 2007). Sedangkan menurut (Leninkumar, 2017) kepercayaan adalah keadaan di mana salah satu pihak dalam proses pertukaran yakin terhadap keandalan dan integritas pihak lainnya.

2.6 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah ukuran kinerja keseluruhan produk perusahaan dengan memberikan perhatian kepada keinginan konsumen (mencakup kebutuhan formal dan informal) (Chou et al., 2009). Menurut (Sumarwan, 2003) kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005). Pelanggan yang merasa puas memilih untuk membeli produk yang ditawarkan dan juga memengaruhi calon pelanggan lainnya untuk memilih produk dan layanan dari perusahaan tersebut (Pollack, 2014).

2.7 Penelitian Terdahulu

Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
(R. N. Ichsan & Karim, 2021)	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Jasa Raharja Medan	Variabel independen : Kualitas pelayanan Variabel dependen : Kepuasan nasabah	Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
(Ibrahim & Thawil, 2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Variabel independen : Kualitas produk, Kualitas pelayanan Variabel dependen : Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan belum dapat membuktikan keterikatan dari kepuasan pelanggan. Sehingga dalam hal ini, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mengevaluasi kembali kendala ataupun melakukan perbaikan secara kontinuitas agar dapat memberikan citra kepuasan atas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan
(Afnina & Hastuti, 2018)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	Variabel Independen : Kualitas Produk Variabel dependen : Kepuasan pelanggan	Hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa telah memiliki kualitas produk dalam kategori cukup baik atau cukup berkualitas. Selain itu, mayoritas responden

			berpendapat bahwa mereka telah merasakan cukup puas dalam menggunakan produk yang telah dibeli oleh mereka pada Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa
(Izzuddin & Muhsin, 2020)	Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen	<p>Variabel independen : kualitas produk, kualitas layanan, lokasi</p> <p>Variabel dependen:kepuasan konsumen</p>	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
(Mawey et al.,2018)	Pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank SULUTGO	<p>Variabel independen : kepercayaan, kualitas layanan</p> <p>Variabel dependen : kepuasan nasabah</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank SulutGo. Artinya kepuasan nasabah tidak dipengaruhi perubahan kepercayaan konsumen Bank SulutGo. Hal tersebut diakibatkan oleh nasabah yang memiliki kepercayaan dengan produk Bank SulutGo belum berarti mereka merasa puas dengan produk tersebut, sehingga kepercayaan bukan menjadi alasan nasabah merasa puas.
(Winahyuningsih, 2010)	Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan	Variabel independen :	Hasil penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh positif

	terhadap kepuasan konsumen pada hotel Griptha Kudus	kepercayaan, kualitas pelayanan Variabel dependen : kepuasan konsumen	terhadap kepuasan konsumen
(Chusnah & Indriana, 2020)	Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan konsumen FINTECH	Variabel independen : kemudahan, keamanan Variabel dependen : konsumen FINTECH	Hasil penelitian bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Keamanan penggunaan dalam aplikasi dapat membuat konsumen merasa puas sehingga konsumen akan nyaman melakukan transaksi menggunakan aplikasi DANA dan tidak perlu khawatir dengan data pengguna yang disimpan. Data pribadi pengguna sangat diperlukan untuk melakukan berbagai macam transaksi baik secara online atau offline.
(Putra & Triwardhani, 2023)	Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee dikota Solok	Variabel Independen : kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan Variabel dependen : kepuasan pelanggan	Hasil penelitian bahwa bahwa keamanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRImo.

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan sangat penting untuk mencapai sebuah keberhasilan. Kualitas pelayanan yang baik dari perusahaan akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan atau nasabah dan hal ini akan berdampak baik bagi perusahaan. Pengalaman positif dari nasabah itu akan menimbulkan hubungan baik antara nasabah dan perusahaan. Pada penelitian terdahulu yang sudah dilakukan seperti (Akob & Sukarno, 2022), (Nawang Sari & Widiastuti, 2018), dan (Setiawan, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Hal ini

menunjukkan bahwa pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan untuk memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya.

H_1 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRImo

2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah BRImo.

Kualitas produk mencakup sejauh mana produk memenuhi harapan nasabah dalam hal kinerja atau kualitas produk itu sendiri. Produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan kepuasan bagi nasabah. Nasabah akan merasa puas dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Oleh karena itu kualitas produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Intakorisi et al., 2023), (Suyudi et al., 2023), dan (Hasibuan et al., 2023) menemukan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif dengan kepuasan nasabah *mobile banking*.

H_2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRImo

2.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah BRImo.

Kepercayaan merupakan hal yang dapat membangun hubungan antara perusahaan dengan nasabah dan kepercayaan memiliki dampak yang besar bagi pengalaman nasabah. Kepercayaan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap baik atau buruknya pengalaman nasabah. Nasabah yang percaya terhadap perusahaan akan merasakan yakin dan nyaman jika berhubungan dengan perusahaan tersebut. Semakin tinggi kepercayaan nasabah maka semakin tinggi kepuasan yang didapatkan nasabah. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Dzul & Syarifuddin, 2021), (Delvi & Musfiroh, 2021) dan (Mandiri et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*.

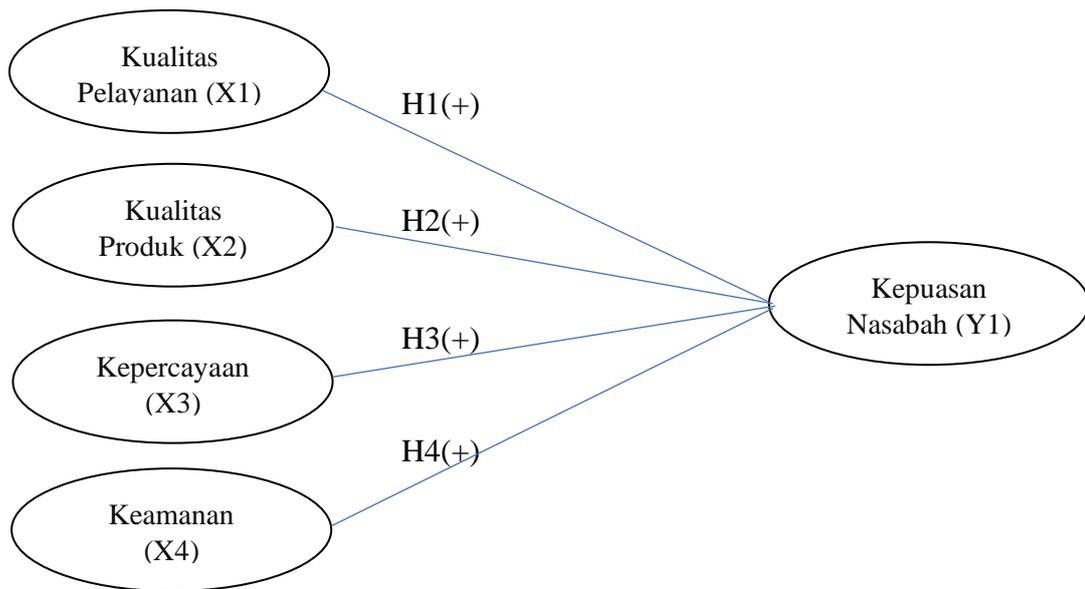
H_3 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRImo.

2.8.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRImo.

Keamanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan karena hal ini memiliki dampak bagi kepuasan nasabah. Nasabah cenderung akan memiliki rasa aman apabila berurusan dengan perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasa aman yang telah didapatkan nasabah, semakin tinggi juga Tingkat kepuasan yang didapatkan nasabah. Nasabah yang merasa privasi dan transaksi yang telah dilindungi dengan baik oleh perusahaan akan merasa aman. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Amalia & Hastriana, 2022) dan (Kamarudin et al., 2022) mendapatkan hasil bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*.

H_4 : Keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRImo.

2.9 Model Penelitian



3. Metodologi

3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan BRImo

3.2 Sampel dan Teknik Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi (Sugiyono, 2020). Sampel ini digunakan karena adanya populasi yang jumlahnya terlalu banyak dan menyebabkan peneliti membutuhkan waktu, pengeluaran biaya dan tenaga. Dalam penelitian ini, teknik pengukuran sampel menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{569.723}{1 + 569.723 \cdot (0,10)^2}$$
$$n = \frac{569.723}{5.698,23}$$

$n = 99,982$ dibulatkan menjadi 100 nasabah

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persen kelonggaran yang ditolerir/tafak kesalahan (10%)

Teknik sampling adalah Suatu prosedur atau metode untuk memilih sekumpulan sampel dari populasi yang lebih besar dengan tujuan menarik kesimpulan atau generalisasi tentang populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *accidental* sampling, metode ini sering digunakan karena kepraktisannya, dan

peneliti menggunakannya dengan cara memberikan kuesioner penelitian kepada nasabah yang menggunakan BRImo.

3.3 Jenis dan Data Sumber

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif dan semua informasi yang terdapat didalam peneilitan ini menggunakan data primer. Kuesioner adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberikan google formulir kepada nasabah. Pengukuran data dilakukan dengan skala likert 5 jenjang dari angka 1 sampai dengan 5, yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju (STS); (2) Tidak Setuju (TS); (3) Netral (N); (4) Setuju (S); (5) Sangat Setuju (SS). Dengan data yang sudah diperoleh dari kuesioner, maka akan diolah dalam bentuk variabel indikator.

3.4 Definisi Operasional

Berikut adalah tabel yang akan menjelaskan definisi operasional variable :

Variabel	Definisi Konsep	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merujuk pada serangkaian bentuk istimewa dari suatu hasil produksi atau layanan yang memiliki kapabilitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat(Sadewa, 2018b)	1. Keandalan (reliability) 2. Daya tanggap (responsiveness) 3. Jaminan (assurance) 4. Empati (emphaty) 5. Bukti fisik (tangible) (Tjiptono, 2014).
Kualitas Produk (X2)	Kualitas suatu produk dianggap baik jika memenuhi kebutuhan pelanggan dan mampu bersaing dengan produk sejenis dari pesaing(Hasibuan et al., 2023b)	1. Spesifikasi Produk 2. Kinerja Produk 3. Tampilan Produk(Kotler & Kaller, 2009).
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan diartikan sebagai keyakinan atau harapan bahwa perkataan atau janji yang diberikan oleh penjual dapat dipercaya (kredibel), dan bahwa penjual tidak akan memanfaatkan kerentanan konsumen dengan maksud yang baik (Jin & Park, 2006)	1. Kualitas Informasi 2. Reputasi website 3. Kehandalan transaksi (Lestari & Iriani, 2018).
Keamanan (X4)	Keamanan menjadi aspek utama yang menjadi perhatian pengguna internet saat melakukan pembelian online, mengingat sebagian besar transaksi dilakukan melalui situs web (Jin & Park, 2006)	1. Jaminan keamanan 2. Kerahasiaan data 3. Bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman (Raman, 2011)
Kepuasan Nabasah (Y)	Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli ketika pengalaman dengan kinerja suatu perusahaan sesuai	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasi (Tjiptono, 2015).

Variabel	Definisi Konsep	Indikator
	dengan harapannya (Kotler & Kaller, 2009)	

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk melakukan analisis data yang telah dikumpulkan, peneliti menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan software program SPSS (IBM Statistical Package for Social Science). Uji Asumsi Klasik, yaitu: Uji Normalitas, Uji multikoleniaritas serta Uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis, yaitu: Uji F, Uji Determinasi (R²) serta Uji T.

3.5.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh valid atau tidak, yang bisa dianalisis dari kesesuaian antara data yang dikumpulkan oleh penulis dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Data dianggap valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SPSS, dimulai dengan menetapkan nilai r_{table} berdasarkan derajat kebebasan (df) dan tingkat signifikansi sebesar 5%. Data yang telah diuji akan menghasilkan:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $\alpha = 5\%$, maka kuesioner valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ $\alpha = 5\%$, maka kuesioner tidak valid

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan sebagai metode untuk menilai reabilitas. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan mengevaluasi nilai *Cronbach Alpha* pada data yang telah diproses menggunakan perangkat lunak SPSS. Jika nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,60, variabel dianggap memiliki reliabilitas yang memadai, sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60, maka variabel dianggap tidak memiliki reliabilitas yang memadai (Sugiyono, 2014).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah setiap variabel mengikuti distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk uji normalitas. Apabila nilai signifikansi uji KS $> 0,05$ maka data dianggap normal. Sementara itu, jika nilai signifikansi uji KS $< 0,05$ maka data dianggap tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terdapat korelasi di antara variabel-variabel independen tersebut, maka hubungan antara variabel independen dan variabel terikat dapat terpengaruh. Menurut (Ghozali, 2016) untuk menunjukkan adanya multikolinearitas, ada beberapa nilai yang umum digunakan yaitu :

1. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, maka variabel dianggap bebas multikolinieritas.
2. Apabila nilai tolerance kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10, maka variabel dianggap adanya multikolinieritas

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2016) Tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah ada variasi yang tidak konsisten dari sisa (residual) antara satu pengamatan dan pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji gletser merupakan alat untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi > 0,05% maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2016) analisis regresi berganda yang menunjukkan ketergantungan suatu variabel terikat (dependent) terhadap lebih dari satu variabel bebas (variabel bebas). Jika nilai signifikansinya < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Mengingat dalam penelitian ini variabel x nya lebih dari satu yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah, maka persamaan regresi linier berganda yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

β_1 = Koefisien kualitas pelayanan

β_2 = Koefisien kualitas produk

β_3 = Koefisien kepercayaan

β_4 = Koefisien keamanan

X1= Kualitas pelayanan

X2= Kualitas produk

X3= Kepercayaan

X4= Keamanan

e= error

3.5.4 Uji Goodnes Of Fit

a. Uji F

Menurut (Ghozali, 2016) uji f digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh bersama-sama atau secara simultan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, menggunakan program

SPSS. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau tidak.

b. Uji T (Uji Hipotesis)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana dampak individu dari variabel independen terhadap variasi variabel dependen. Langkah-langkah uji t parsial mencakup pembuatan hipotesis untuk setiap variabel independen, perbandingan nilai t-hitung dengan nilai t-tabel, dan penentuan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi melebihi 0,05, variabel independen dianggap tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, variabel independen dianggap berpengaruh secara parsial (Ghozali, 2016).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2016) koefisien determinasi adalah ukuran sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1, dengan nilai yang kecil mengindikasikan keterbatasan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.