

# **PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK JATENG KCP RANDUBLATUNG**

Gita Ayu Anggraeni  
12211310

Program Studi Manajemen STIE Bank BPD Jateng  
[gitaananta15@gmail.com](mailto:gitaananta15@gmail.com)

---

## **Abstrak**

Kemajuan teknologi mendorong dunia perbankan untuk mengikuti arus perkembangan dengan meningkatkan dan mengembangkan layanannya dengan berbagai inovasi agar dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam proses bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng KCP Randublatung. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan nasabah pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng KCP Randublatung. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Hasil Penelitian menunjukkan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Nasabah.

---

## **Abstract**

*Technological advances encourage the banking world to follow the current of developments by improving and developing its services with various innovations so that it can provide services that suit customer needs in the transaction process. This research aims to determine the influence of E-Service Quality, E-Trust, and Ease of Use of Mobile Banking on Customer Satisfaction at Bank Jateng KCP Randublatung. This research method uses quantitative methods. The population in this study were customers using the Bima Mobile application of Bank Jateng KCP Randublatung. The samples taken were 100 respondents. The research results show that E-Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, E-Trust has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and Ease of Use has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.*

*Keyword :E-Service Quality, E-Trust, Ease of Use, and Customer Satisfaction*

---

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

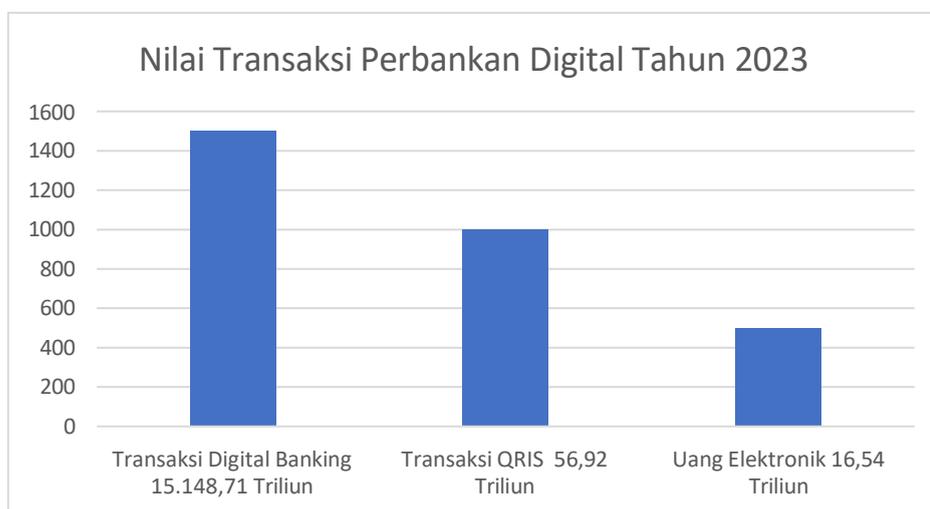
Kemajuan teknologi mendorong dunia perbankan untuk mengikuti arus perkembangan dengan meningkatkan dan mengembangkan layanannya dengan berbagai inovasi agar dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dalam proses bertransaksi. Layanan perbankan digital tidak hanya memfasilitasi transaksi, tetapi juga mengubah cara orang

berinteraksi dengan institusi keuangan mereka. Dalam industri perbankan saat ini, teknologi informasi tidak hanya diharapkan untuk mendukung aktivitas keuangan, tetapi juga harus mampu mendukung operasi bisnis bank. Bank mampu menarik pelanggan, mengendalikan biaya operasional, dan meningkatkan pendapatan berbasis biaya dapat dianggap memiliki kemampuan yang baik. Sektor perbankan dianggap sebagai salah satu sektor yang harus memberikan kontribusi signifikan dalam pertumbuhan ekonomi, dan sekarang dituntut untuk aktif terlibat dalam menerapkan sistem digitalisasi. Salah satu aspek digitalisasi yang diterapkan oleh industri perbankan adalah pengembangan *mobile banking* ((Darmeinis & Yenny, 2022).

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah sebagai salah satu bank daerah yang memiliki peran penting dalam perekonomian wilayah Jawa Tengah. Bank ini memiliki misi untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jawa Tengah. Bank Jateng menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan seperti simpanan, pinjaman, dan layanan investasi. Dalam era digital saat ini, Bank Jateng juga telah mengembangkan layanan *mobile banking* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi secara *online*. Dengan aplikasi *mobile banking* Bank Jateng, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan dengan lebih mudah dan cepat.

**Gambar 1.1**

**Nilai Transaksi Perbankan Digital Tahun 2023**



Sumber : Bank Indonesia, Data Diolah

Berdasarkan laporan terkini Bank Indonesia, pada triwulan III tahun 2023 terjadi peningkatan signifikan nilai transaksi Uang Elektronik (EU) sebesar 10,34% (year-on-year/yoy) mencapai Rp 16,54 triliun. Sementara itu, transaksi perbankan digital juga mengalami pertumbuhan yang mengesankan yaitu mencapai Rp15.148,71 triliun atau meningkat 12,83% (yoy). Bahkan, transaksi QRIS mencatat pertumbuhan paling mencolok, yaitu sebesar 87,90% (yoy), dengan nilai transaksi mencapai Rp56,92 triliun. Fenomena ini didukung oleh jumlah pengguna QRIS sebanyak 41,84 juta dan jumlah merchant sebanyak 29,04 juta, dimana mayoritas di antaranya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbanding dengan naiknya tingkat transaksi QRIS, terdapat penurunan yang menarik dalam nilai transaksi menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit, turun sebesar 4,94% (yoy) menjadi Rp2.041,72 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik dengan layanan perbankan digital yang

memungkinkan mereka untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja, tanpa harus menggunakan uang tunai.

*Mobile banking* merupakan inovasi layanan yang ditawarkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan aktivitas transaksi perbankan melalui smartphone, nasabah dapat menggunakannya dimanapun dan kapanpun. Menurut (Darmeinis & Yenny, 2022) *mobile banking* merupakan suatu aplikasi layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah (konsumen) untuk melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Didalam *mobile banking* terdapat fitur-fitur untuk melakukan pembayaran atau transaksi lainnya diharapkan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah. Akan tetapi, nasabah sering kali mengeluhkan tentang *mobile banking* seperti kegagalan sistem atau eror, ada banyak pengguna aplikasi Bima Bank Jateng mendapati kendala saat mengakses atau *login*. Karena hal tersebut banyak pertanyaan yang muncul kenapa Bima Bank Jateng eror dan tidak bisa dibuka, sama halnya seperti yang disebutkan dalam ulasan di playstore yang mengeluhkan pada *mobile banking* Bank Jateng.

**Tabel 1.1**  
**Ulasan Nasabah Pada Playstore atas Bima Mobile**

Ulasan
Aplikasi sering mengalami error dan tidak ada peningkatan kualitas, mutasi rekening tidak ada, selalu menggunakan layanan transfer Bi-fast saldo sudah terpotong tetapi tidak masuk kepada penerima dan aplikasi selalu tidak bisa dibuka apabila dibutuhkan.
Dari semua bank digital yang saya pakai ini mengecewakan berulang kali saya download dan update malah terjadi bug/kegagalan sistem. Tolong perbaiki dan tambahkan fitur yang bisa melihat mutasi bank untuk bulan sebelumnya karena yang ada di aplikasi hanya 10 hari terakhir.
Aplikasi tidak bisa digunakan dengan lancar saya top-up shopepay tidak masuk dan diberitahukan untuk ke kantor cabang, akan tetapi tidak adanya penanganan yang jelas dan harus menunggu lama agar uang bisa kembali.
Banyak sekali bug/kegagalan sistem, tarik tunai tanpa kartu uang tidak keluar tetapi saldo tetap terpotong.
Beli pulsa via aplikasi selalu mengalami gangguan lalu setiap mengetik nomor telepon muncul data tidak ditemukan dan menunya lebih komplrit apabila menggunakan web

Sumber : [Bima Mobile - Aplikasi di Google Play](#)

Berdasarkan ulasan pengguna aplikasi Bima Mobile, dapat disimpulkan bahwa banyak nasabah yang mengeluhkan seringnya gangguan dan error pada aplikasi Bima Mobile Bank Jateng ini. Selain itu, beberapa ulasan juga menyoroti ketidakresponsifan akses dan seringnya terjadi masalah pada sistem.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Pengaduan E-Banking yang diterima oleh Bank Jateng**

Tahun	Jumlah Pengaduan
2021	1.117
2022	3.707
2023	1.277
2024	2.765

Sumber : bankjateng.co.id

Berdasarkan tabel 1.2 terdapat data jumlah pengaduan *e-banking* yang mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021 terdapat 1.117 keluhan, yang merupakan jumlah terendah diantara

keempat tahun. Di tahun 2022 jumlah keluhan melonjak drastis menjadi 3.707, ini menjadikan tahun dengan keluhan tertinggi, Hal ini mungkin disebabkan oleh masalah teknis atau perubahan signifikan dalam layanan *mobile banking* yang mempengaruhi pengalaman pengguna. Namun, pada tahun 2023 jumlah keluhan menurun signifikan menjadi 1.277, menunjukkan kemungkinan adanya perbaikan atau penyesuaian layanan, akan tetapi pada tahun 2024 keluhan kembali meningkat menjadi 2.765 meskipun tidak setinggi tahun 2022 yang dapat mengindikasikan adanya tantangan baru atau masalah yang belum sepenuhnya terselesaikan.

**Tabel 1.3**  
**Pra Survei Wawancara Terhadap Nasabah Bank Jateng Randublatung**

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Apa saja kendala yang sering Anda alami saat menggunakan aplikasi Bima Mobile ?	Beberapa kendala yang sering dialami seperti aplikasi yang sering <i>error</i> atau tidak bisa dibuka, transaksi yang gagal namun saldo tetap terpotong, serta kurangnya fitur seperti riwayat mutasi rekening lebih dari 10 hari terakhir.
2.	Apakah Anda merasa nyaman saat menggunakan aplikasi Bima Mobile dalam bertransaksi?	Saya masih merasa ragu terhadap keamanan transaksi, terutama karena adanya laporan transaksi gagal dan perlindungan data yang kurang transparan
3.	Apakah Anda merasa aplikasi Bima Mobile mudah digunakan?	Ya, saya merasa aplikasi Bima Mobile cukup mudah digunakan, tetapi sering mengalami Bug atau kendala teknis.
4.	Fitur apa yang perlu ditambahkan atau diperbaiki agar aplikasi lebih mudah digunakan	Fitur yang perlu ditambahkan antara lain riwayat transaksi yang lebih panjang, peningkatan responsivitas aplikasi, penambahan fitur seperti top up, berbagai dompet digital, serta kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> langsung melalui aplikasi.
5.	Apakah layanan yang diberikan oleh aplikasi Bima Mobile sesuai dengan harapan Anda?	Saya merasa kecewa. Aplikasi Bima Mobile belum sesuai dengan harapan saya karena aplikasi sering mengalami gangguan atau <i>error</i> .
6.	Apakah Anda berencana untuk terus menggunakan Bima Mobile kedepannya?	Jika perbaikan dilakukan, mungkin saya akan tetap menggunakan layanan ini. Namun, jika gangguan terus terjadi kemungkinan saya untuk beralih ke aplikasi <i>Mobile Banking</i> lainnya.

Kepuasan nasabah merupakan aspek penting dalam industri perbankan, termasuk dalam konteks *mobile banking*. Menurut (Febriyanti & Widiyati, 2019) kepuasan adalah bentuk perasaan yang diperoleh setelah harapan dan kinerja nyata produk. Kepuasan dan ketidakpuasan bergantung pada penilaian nasabah berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja yang dilakukan. Dalam konteks *mobile banking*, jika layanan yang di berikan oleh Bank Jateng memenuhi atau melebihi harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *e-service quality*.

*E-service quality* yaitu kualitas layanan yang diberikan melalui platform digital. Kualitas layanan ini mencakup berbagai aspek seperti *responsivitas*, kehandalan dan kemudahan akses. (Nawangasari & Putri, 2020) mendefinisikan *e-service quality* sebagai kemampuan suatu situs web atau aplikasi dalam mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi belanja, pembelian, serta memberikan layanan atau produk dengan cara yang efektif dan efisien. Zeithaml dalam

Milenisa & Suhendry (2022) mendefinisikan *e-service quality* sebagai kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif, serta menyediakan layanan yang efektif. Penelitian oleh Mubarak & Kurriwati (2021) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* nasabah. Dan peneliti lainnya menurut Hutagaol & Zentrato (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen *e-service quality* terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Dari dua jurnal terdahulu di atas disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diterapkan bank maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan yaitu *e-trust*, Kasih dkk (2019) berpendapat bahwa Kepercayaan konsumen berarti harapan konsumen bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan saat memenuhi janji konsumen. Oleh karena itu, *e-trust* menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan apakah akan melakukan transaksi *online* atau tidak, karena *e-trust* mencerminkan keyakinan konsumen bahwa penyedia produk atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi janji konsumen secara *online*. Penelitian oleh Marhaendra & Permatasari (2022) menunjukkan bahwa variabel *e trust* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. Sedangkan penelitian oleh Kusmita dkk (2022) menunjukkan bahwa *e-trust* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel *e-satisfaction*.

Selain itu ada kemudahan penggunaan, Menurut Damayanti (2019a), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen terhadap seberapa mudah penggunaan dan operasional sistem aplikasi yang dirancang untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Wilson dkk (2021) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen atau publik terkait usaha atau waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari dan menggunakan teknologi baru, di mana penilaian tersebut dapat bersifat positif atau negatif. Penelitian oleh Susila (2023) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *mobile banking*. Namun, menurut penelitian oleh Shafira dkk (2023) menunjukkan variabel kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang dan riset gap di atas penulis memutuskan untuk meneliti "PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK JATENG KCP RANDUBLATUNG". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality*, *e-trust*, dan kemudahan penggunaan *mobile banking* dalam kepuasan nasabah Bank Jateng. Oleh karena itu, permasalahan yang diambil di dalam penelitian ini yaitu (i) Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank Jateng Randublatung. (ii) Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank Jateng Randublatung. (iii) Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* Bank Jateng Randublatung.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses atau tingkah laku konsumen yang berusaha membeli, memilih, memperbaiki, menggunakan, dan mengevaluasi barang dan jasa untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Perusahaan dapat memberikan kepuasan pelanggan yang tepat dan lebih baik dengan memahami perilaku konsumen Priyani (2020). Perilaku adalah upaya tindakan nyata dari seseorang yang dapat diamati secara langsung, Sementara konsumen adalah seseorang yang terlibat dalam proses pembelian atau penggunaan suatu produk Siregar (2023). Teori perilaku konsumen dibagi menjadi dua, yaitu teori kardinal

(*cardinal utility*) dan teori ordinal (*ordinal utility*). Teori kardinal adalah kepuasan konsumen yang dapat diukur dengan satuan, dengan semakin banyak barang yang dikonsumsi akan semakin besar kepuasan. Teori ordinal adalah kepuasan konsumen pada saat mengonsumsi barang yang diukur dengan angka ordinal (relatif).

## 2.2 Kepuasan Nasabah

Menurut Sofyan & Zahra (2023) kepuasan pelanggan merupakan konsep yang menggambarkan pencapaian kinerja sebuah produk yang diterima oleh konsumen. Kepuasan pelanggan menunjukkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Kualitas produk dan layanan yang diberikan dapat memengaruhi kepuasan konsumen Nielasari et al (2021). Semakin baik produk dan layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Indikator Kepuasan nasabah menurut Tjiptono (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Terpenuhinya harapan pelanggan
2. Merasa puas menggunakan produk
3. Minat untuk kembali menggunakan layanan
4. Rekomendasi kepada orang lain

## 2.2 Mobile Banking

Menurut (Wandi et al., 2020) *Mobile banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan berbagai transaksi menggunakan perangkat seluler mereka. Untuk mempermudah transaksi, pengguna dapat memanfaatkan menu layanan yang tersedia pada aplikasi *mobile banking*. Nasabah dapat bertransaksi lebih mudah dengan banyaknya fitur pada aplikasi *mobile banking* ini dan navigasi menu yang mudah. Menu aplikasi akan terbuka secara otomatis setelah *password* atau PIN yang didaftarkan dimasukkan. Selanjutnya, ikuti petunjuk di aplikasi *mobile banking*. Namun menurut (Nurdin et al., 2020) *mobile banking* adalah layanan perbankan yang ditawarkan oleh berbagai jenis bank yang bertujuan untuk memungkinkan konsumen melakukan transaksi kapan pun mereka mau tanpa harus pergi ke lokasi bank. Layanan ini memanfaatkan teknologi terkini dan berbasis *mobile* untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi perbankan.

## 2.3 E-Service Quality

Menurut Nawangasari & Putri (2020) mendefinisikan *e-service quality* sebagai kemampuan suatu situs web atau aplikasi dalam mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi belanja, pembelian, serta memberikan layanan atau produk dengan cara yang efektif dan efisien. Zeithaml dalam Milenisa & Suhendry, (2022) mendefinisikan *e-service quality* sebagai kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif, serta menyediakan layanan yang efektif. Salah satu elemen terpenting dalam kesuksesan bank adalah kualitas layanan yang ditawarkan kepada nasabahnya yaitu berkualitas tinggi. Pada akhirnya pelayanan secara langsung mempengaruhi kepercayaan nasabah yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan nasabah dan persepsi masyarakat terhadap bank. Seberapa baik suatu Bisnis yang menawarkan kualitas layanan terbaik mempunyai pengaruh yang signifikan; jika bank tidak menawarkan layanan yang memadai, nasabah dapat memutuskan untuk mengakhiri hubungan komersial mereka dengan bank. Keputusan pelanggan dalam bertransaksi sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Berbagai layanan inovatif ditawarkan di industri perbankan dengan tujuan memberikan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan bagi nasabah. Nasabah dapat memutuskan untuk mencari opsi lain jika bank tidak mampu memenuhi harapan tersebut Ismulyaty dkk (2022), Bahri dkk (2022). Berikut ini indikator *e-service quality* menurut Zeithaml dkk (2017:93) dalam Mandiri dkk (2021) sebagai berikut :

1. *Efficiency* (Efisien) : Kemampuan untuk mengakses *website*, berkaitan dengan seberapa mudah bagi pengguna mencari informasi yang dibutuhkan pada media elektronik.
2. *Reliability* (Keandalan) : Berkenaan dengan fungsionalitas Teknik situs bersangkutan sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment* (Pemenuhan) : Mencakup pemenuhan janji layanan yang diberikan berkaitan terhadap pengacuan suatu keberhasilan *website* dalam menyampaikan produk dan layanannya kepada konsumen serta kemampuannya untuk memperbaiki suatu kesalahan yang terjadi dalam proses transaksi.
4. *Privacy* (Privasi) : Jaminan bahwa data pengguna tidak akan diberikan kepada pihak lain, dan dapat dipercaya untuk menyimpan informasi identitas pribadi untuk para konsumennya.
5. *Responsiveness* (Tanggapan) : Memberikan layanan dengan cepat tanggap dalam memberikan informasi kepada konsumen secara jelas dan mudah dipahami
6. *Compentation* (Kompensasi) : Meliputi penggantian kompensasi jika terjadi masalah
7. *Contact* (Kontak) : Mencerminkan kebutuhan pelanggan secara *online* atau melalui telepon dengan staf layanan.

#### 2.4 E-Trust

(Kasih et al., 2019) berpendapat bahwa Kepercayaan konsumen berarti harapan konsumen bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan saat memenuhi janji mereka. *E-trust* adalah keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan dalam melakukan transaksi *online*, menurut Hanifati & Samiono, (2018). Oleh karena itu, *e-trust* menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memutuskan apakah akan melakukan transaksi *online* atau tidak, karena *e-trust* mencerminkan keyakinan konsumen bahwa penyedia produk atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi janji mereka secara *online*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kepercayaan adalah pendapat orang-orang yang menerima informasi yang diberikan oleh sumber yang dapat dipercaya. Kualitas pelayanan prima menumbuhkan kepercayaan pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan keyakinan pelanggan untuk menggunakan suatu barang atau jasa. Menurut teori Robbins dalam Roisah dkk (2022) indikator e-trust dapat diukur dengan menggunakan 5 indikator sebagai berikut :

1. *Integrity* (Integritas) : merupakan kejujuran dari sistem *online* dan bersikap dengan yang sebenarnya
2. *Competence* (Kompetensi) : merujuk pada kinerja layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan memenuhi ekspektasi mereka terhadap layanan tersebut.
3. *Consistency* (Konsisten) : Dapat diandalkan, diprediksi dan dipandang memiliki pegangan yang baik pada berbagai hal dalam memberikan layanan yang berkualitas
4. *Loyalty* (loyalitas) : Kesiapan untuk menjaga dan memelihara hubungan sebaik mungkin
5. *Openness* (Keterbukaan) : Kesiapan untuk berbagai gagasan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dengan bebas.

#### 2.5 Kemudahan Penggunaan

Menurut Damayanti, (2019b), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen terhadap seberapa mudah penggunaan dan operasional sistem aplikasi yang dirancang untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Penggunaan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Hal ini mencerminkan pengguna yang lebih toleran terhadap hal-hal yang mudah dipahami Andriyati dkk (2022). Indikator kemudahan ada empat Junaedi & Neneng (2023) yaitu, sebagai berikut:

1. Mudah digunakan (*Easy to use*)
2. Mudah untuk dipelajari (*Easy to learn*)

3. Mudah dipahami (*Clear and understandable*)
4. Menjadi terampil (*Become skillfull*)

## 2.6 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

No	PENULIS	JUDUL	VARIABEL PENELITIAN	HASIL
1.	(Mubarok & Kurriwati, 2021)	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i> pada nasabah pengguna aplikasi mobile banking Bank Tabungan Negara Bangkalan	E-service quality (X1), E-trust (X2), dan E-satisfaction (Y)	E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Satisfaction pada nasabah pengguna aplikasi Mobile Banking BTN Bangkalan. E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap ESatisfaction pada nasabah pengguna aplikasi Mobile Banking BTN Bangkalan
2.	(Hutagaol & Zendrato, 2024)	Pengaruh E-service quality terhadap kepuasan penggunaan Brizzi pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. KCP Kesawan Medan	E-service quality (X1) dan kepuasan penggunaan (Y)	Variabel E-service Quality berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI KCP Kesawan
3.	(Marhaendra & Permatasari, 2022)	Pengaruh E-service quality dan e-trust terhadap e-customer satisfaction pada pengguna aplikasi Brimo	E-service quality (X1), E-trust (X2), dan E-customer satisfaction (Y)	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel e-service quality dan e-trust baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-customer satisfaction pada pengguna aplikasi BRIMO.
4.	(Kusmita et al., 2022)	Pengaruh E-trust dan E-service	E-trust (X1),E-service quality	E-trust tidak berpengaruh positif

		quality terhadap online repurchase intention melalui E-satisfaction (Pada Mahasiswa S1 FISIP yang Pernah Berbelanja di Lazada)	(X2), Online Repurchase Intention (Y), dan E-satisfaction (Z)	dan tidak signifikan terhadap variabel e-satisfaction, E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction, E-trust tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap online repurchase intention, E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel online repurchase intention, dan E-satisfaction berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel online repurchase intention
5.	(Susila, 2023)	Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Mobile Banking BCA	Citra Merek (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y)	Variabel citra merek dan kemudahan penggunaan yang dirasakan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna mobile banking BCA, Variabel citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna mobile banking BCA, Variabel kemudahan

				penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna mobile banking BCA
6.	(Shafira et al., 2023)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo di Kota Semarang	Kemudahan (X1), Keamanan (X2), Manfaat (X3), Kepercayaan (X4), dan Kepuasan Nasabah (Y)	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan, manfaat, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile Banking di Kota Semarang. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel keamanan, manfaat, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah namun variabel kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile Banking di Kota Semarang.

## 2.7 Hipotesis

### 2.7.1 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Nawangasari & Putri (2020) mendefinisikan *e-service quality* sebagai kemampuan suatu situs web atau aplikasi dalam mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi belanja, pembelian, serta memberikan layanan atau produk dengan cara yang efektif

dan efisien. Dengan demikian, individu akan merasa puas ketika sudah membandingkan kesesuaian harapan dan layanan yang didapatkan. Oleh karena itu, jika layanan yang diberikan sesuai maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya. Jika *e-service quality* atau kualitas layanan memenuhi harapan nasabah itu akan menjadi salah satu faktor nasabah akan puas terhadap bank tersebut. Hasil penelitian ini juga di perkuat penelitian oleh Mubarak & Kurriwati (2021) menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* nasabah. Karena adanya *e-service quality* yang baik maka akan meningkatkan kepuasan terhadap nasabah dan sebaliknya.

H1 : *E-Service Quality* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah

### 2.7.2 Pengaruh *E-Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah

*E-trust* menunjukkan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan akan memberikan layanan dengan kualitas yang dijanjikan. Menurut Liani & Yusuf (2021) *e-trust* merupakan kepercayaan pelanggan pada bisnis *online* yang dapat diandalkan untuk memenuhi harapan. Dalam *mobile banking*, ini sangat penting karena transaksi dilakukan secara virtual tanpa kontak fisik. Keyakinan atas sebuah perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dapat mengimplementasikan sebuah fungsi, suatu produk mampu menyertakan nilai melebihi harapan konsumen, akan menciptakan kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking*, maka semakin besar kemungkinan akan merasa puas dengan layanan tersebut. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh Marhaendra & Permatasari (2022) menunjukkan bahwa variabel *e trust* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*.

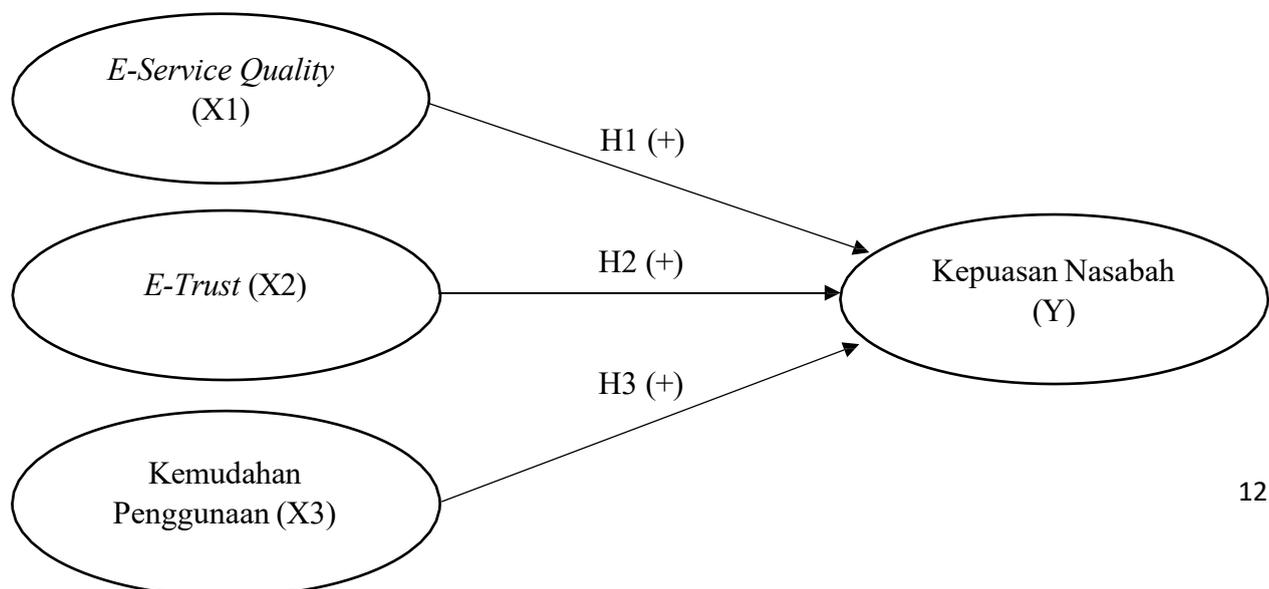
H2 : *E-Trust* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah

### 2.7.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kemudahan penggunaan dalam konteks *mobile banking* yaitu sejauh mana aplikasi atau layanan tersebut dapat digunakan dengan mudah dan efisiensi oleh nasabah. Menurut Damayanti (2019a), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen terhadap seberapa mudah penggunaan dan operasional sistem aplikasi yang dirancang untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan layanan *mobile banking* yang mudah dipahami dan digunakan nasabah maka nasabah akan merasa puas dengan layanan tersebut. Hasil penelitian ini di perkuat oleh Susila (2023) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *mobile banking*.

H3 : Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah

## 2.8 Kerangka Teori



### 3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner berupa angket, dimana angket berupa pertanyaan yang akan dibagikan dan di isi oleh nasabah pengguna aplikasi Bima Mobile. Hasil penelitian yang sudah didapatkan oleh responden akan dianalisis dan diujikan menggunakan aplikasi IBM SPSS. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, melalui pendekatan asosiatif dengan menggunakan skala pengukuran likert atau jawaban dari kuesioner yang diisi oleh responden. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen pada penelitian ini adalah *e-service quality*, *e-trust*, dan kemudahan penggunaan sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

#### 3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2016) merujuk pada kumpulan umum objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diinvestigasi, yang nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna Bima mobile di Bank Jateng KCP Randublatung dengan jumlah yang tidak diketahui.

#### 3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan sifat yang dimiliki oleh suatu populasi Sugiyono (2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bagian representatif dari populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna Bima mobile bank Jateng KCP Randublatung.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow. Menurut Sugiyono (2016) Rumus lemeshow merupakan metode yang digunakan untuk mencari menentukan ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif, khususnya jika populasi tidak diketahui dengan pasti. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,1)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \Rightarrow 100$$

*di bulatkan menjadi 100*

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan teknik pengumpulan data yang digunakan berupa penyebaran kuesioner melalui *google form*. Menurut Yusuf (2014) dalam Trinasa (2022) kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang terkait dengan objek penelitian yang sedang diteliti, dan diberikan kepada sekelompok responden dengan tujuan untuk mengumpulkan data. Di dalam kuesioner menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* digunakan dalam menilai pendapat individu terkait fenomena sosial, yang kemudian diuraikan menjadi indikator variabel Sugiyono (2016). Metodenya melibatkan menyatakan sikap dengan mengindikasikan tingkat setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek atau subjek dengan lima pilihan jawaban, yaitu :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Kemudian seluruh sampel yang terkumpul akan dilakukan uji data dengan menggunakan SPSS.

### 3.4 Definisi Variabel Indikator

Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari *E-Service Quality* (X1), *E-Trust* (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y):

**Tabel 3.1**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	E-Service Quality (X1)	Menurut (Nawangasari & Putri, 2020) mendefinisikan e-service quality sebagai kemampuan suatu situs web atau aplikasi dalam mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi belanja, pembelian, serta memberikan layanan atau produk dengan cara yang efektif dan efisien.	1. <i>Efficiency</i> (Efisien) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan) 3. <i>Fulfillment</i> (Pemenuhan) 4. <i>Privacy</i> (Privasi) 5. <i>Responsiveness</i> (Tanggapan) 6. <i>Compentation</i> (Kompensasi) 7. <i>Contact</i> (Kontak)	1-5

2	E-Trust (X2)	Kasih et al., (2019) berpendapat bahwa Kepercayaan konsumen berarti harapan konsumen bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan saat memenuhi janji mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Integrity</i> (integritas)</li> <li>2. <i>Competence</i> (kompetensi)</li> <li>3. <i>Consistency</i> (konsisten)</li> <li>4. <i>Loyalty</i> (loyalitas)</li> <li>5. <i>Openness</i> (keterbukaan)</li> </ol>	1-5
3	Kemudahan Penggunaan (X3)	Menurut (Damayanti, 2019b), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen terhadap seberapa mudah penggunaan dan operasional sistem aplikasi yang dirancang untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi secara online. Penggunaan suatu sistem juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>)</li> <li>2. Mudah untuk dipelajari (<i>Easy to learn</i>)</li> <li>3. Mudah dipahami (<i>Clear and understandable</i>)</li> <li>4. Menjadi terampil (<i>Become skillfull</i>)</li> </ol>	1-5
4	Kepuasan Nasabah (Y).	Menurut (Sofyan & Zahra, 2023) kepuasan pelanggan merupakan konsep yang menggambarkan pencapaian kinerja sebuah produk yang diterima oleh konsumen. Kepuasan pelanggan menunjukkan sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terpenuhinya harapan pelanggan</li> <li>2. Merasa puas menggunakan produk</li> <li>3. Minat untuk kembali menggunakan layanan</li> <li>4. Rekomendasi kepada orang lain</li> </ol>	1-5

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2016) Statistik deskriptif adalah teknik analisis yang menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), standar deviasi, total, *range*, kurtosis, dan kemencengan distribusi untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian. Metode ini bertujuan untuk menggunakan data yang telah dikumpulkan untuk memberikan gambaran tentang fenomena yang berkaitan dengan variabel penelitian. Nilai minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi dari masing-masing variabel digunakan dalam analisis deskriptif penelitian ini.

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan angket yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden atau sampel penelitian. Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini, dilakukan melalui beberapa cara yaitu :

- 1) Membandingkan Nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel
  - a) Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
  - b) Jika nilai  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
- 2) Membandingkan nilai Sig. (1-tailed) dengan probabilitas 0,05
  - a) Jika nilai Sig. (1-tailed)  $\leq$  0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
  - b) Jika nilai Sig. (1-tailed)  $\leq$  0,05 dan *pearson correlation* bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.
  - c) Jika nilai Sig. (1-tailed)  $>$  0,05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016), Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dasar keputusan dalam uji reliabilitas alpha cronbach's dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Menurut Suliyanto, (2011) Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha*  $>$  0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Sementara, jika nilai *cronbach's alpha*  $<$  0,60 maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten

Dengan metode *Alpha Cronbach*, koefisien yang diukur akan beragam antara 0 hingga 1. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas  $>$  0,60.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji  $t$  dan  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara Uji Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai Asymp Sig  $>$  0,05 maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal dan sebaliknya.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2021), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel Independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel yang independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam nol. Uji multikolinieritas dilakukan dengan pendeteksian menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF). Sebuah model

dikatakan tidak menunjukkan multikolinieritas apabila nilai Tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran kecil. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara Uji Glejser. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

#### 3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016) Analisis regresi linier digunakan untuk mengukur kekuatan serta menunjukkan arah keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan menggunakan dua variabel atau lebih sebagai masukan. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Kepuasan Nasabah

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, 2, 3$  = Koefisiensi regresi

$e$  = *Standard error*

$X_1$  = E-Service Quality

$X_2$  = E-Trust

$X_3$  = Kemudahan Penggunaan

#### 3.5.5 Uji Hipotesis

##### 1. Analisis Koefisien Determinasi R Square

Menurut Ghozali (2016), uji koefisien determinasi R (R Square) dipergunakan untuk mengukur kapasitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Keputusan diambil jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai R square mendekati angka 0 (semakin kecil nilai R square), maka variable independent akan terbatas atau tidak berpengaruh.
2. Jika nilai R square mendekati angka 1 (semakin besar nilai R square), maka variable independent memiliki pengaruh yang tepat atau model regresi menunjukkan hasil yang mendekati kebenarannya.

##### 2. Uji F

Menurut Ghozali (2016) Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai profitabilitas  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ , sedangkan jika nilai probabilitas  $>$  dari  $0,05$  maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

##### 3. Uji t

Menurut Ghozali (2016), Uji ini bertujuan untuk menguji variabel independet terhadap variabel dependen secara masing-masing. Uji tersebut dilakukan dengan syarat, jika t-hitung  $>$  t-

tabel dengan nilai signifikan  $\alpha < 0,05$  artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Begitupun sebaliknya jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  dengan nilai signifikan  $\alpha > 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.