

**PENGARUH *RESPONSIVENESS*, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI JENIUS  
DI KOTA SEMARANG**

Divania Nabila Posumah

12211343

Program Studi Manajemen Universitas BPD

[divanianabila@gmail.com](mailto:divanianabila@gmail.com)

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *responsiveness*, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang. Jenius sebagai pelopor bank digital menghadapi berbagai tantangan, termasuk keluhan teknis dan isu keamanan, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Populasi pada penelitian ini adalah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius yang berdomisili di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**Kata kunci:** *Responsiveness*, Kemudahan, Keamanan, Kepuasan Nasabah, Jenius

---

---

**Abstract**

*This study aims to examine the influence of responsiveness, ease of use, and security on customer satisfaction among Generation Z users of the Jenius application in Semarang City. As a pioneer of digital banking in Indonesia, Jenius faces various challenges, including technical complaints and security issues, which may affect user satisfaction. The population of this study consists of Generation Z individuals residing in Semarang who use the Jenius application. A quantitative approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to 96 respondents selected using purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The results show that responsiveness and security have a positive and significant effect on customer satisfaction. In contrast, ease of use does not have a significant effect.*

**Keywords:** *Responsiveness, Ease of Use, Security, Customer Satisfaction, Jenius*

---

## 1. Pendahuluan

Terjadinya digitalisasi di dunia perbankan sangat berpengaruh terhadap perekonomian termasuk di Indonesia. Persaingan di dunia perbankan semakin ketat. Saat ini banyak bank digital baru yang bermunculan dan menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan fitur dan penawaran yang menarik. Persaingan memaksa semua pelaku usaha untuk bekerja lebih efektif dan efisien untuk mempertahankan kelangsungan bisnis (Amalia & Hastrianan, 2022). Di era modern saat ini, banyak sekali layanan transaksi yang bersifat digital. Selain mobile banking yang tengah berkembang pesat di Indonesia, *fintech* atau *financial technology* lainnya juga berkembang pesat di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi perbankan dengan mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum (2018), Peraturan yang dikeluarkan oleh OJK yang menyebutkan bahwa digital banking adalah suatu layanan perbankan elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta dapat dilakukan secara sendiri oleh para nasabah dengan tetap memperhatikan aspek keamanan.

Aplikasi Jenius adalah salah satu contoh dari pengembangan *financial technology*, yang dilakukan oleh Bank BTPN yang saat ini berubah menjadi Bank SMBC Indonesia (SMBC, 2024). Jenius adalah salah satu bank digital di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank BTPN pada Agustus 2016, yang merupakan salah satu pelopor bank digital pertama di Indonesia. Jenius merupakan aplikasi perbankan revolusioner yang dilengkapi dengan kartu debit VISA untuk membantu kegiatan finansial seperti pembayaran, transfer dan menabung dengan cara yang cepat dan praktis. Jenius juga dikatakan sebagai *Banking Reinvented*, yang artinya Jenius menyerahkan seluruh akses kepada penggunanya (Jenius, 2016). Seluruh aktivitas Jenius dilakukan secara online, sehingga Jenius tidak memiliki kantor cabang secara fisik.

Tabel 1. Performa Merek Bank digital di Indonesia 2024

No	Nama Bank Digital	Total <i>awareness</i>	Persentase Pengguna aktif
1.	Sea Bank	95%	57%
2.	Bank Jago	94%	36%
3.	Blu by BCA	85%	26%
4.	Allo Bank	79%	12%
5.	BNC (Bank Neo Commerce)	78%	22%
6.	Jenius	76%	14%
7.	Line Bank	62%	10%
8.	Digibank	46%	3%

Sumber data: Riset Populix 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa performa merk tertinggi ditempati oleh Sea Bank dengan total *awareness* sebanyak 95% dan persentase pengguna aktif sebesar 57%. Tingginya tingkat kesadaran merek yang diikuti oleh persentase pengguna aktif yang besar menunjukkan bahwa Sea Bank mampu mempertahankan sebagian besar penggunanya, yang dapat menjadi indikasi adanya kepuasan terhadap layanan yang diberikan. Sementara itu, Jenius berada di posisi ke enam dengan total *awareness* yang cukup tinggi yaitu sebanyak 76% dan persentase pengguna aktif sebesar 14%, yang menunjukkan bahwa tingkat retensi pengguna rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak orang mengenal jenius, tingkat

kepuasannya kemungkinan belum maksimal, sehingga semua pengguna tidak terdorong untuk terus menggunakan layanan tersebut.

Tabel 2. Jumlah Pengguna Bank Digital 2023-2024

Tahun	Jumlah Pengguna				
	Jenius	Sea Bank	Bank Jago	Blu by BCA	Allo Bank
2023	5,2 juta	10 juta	8,1 juta	1,7 juta	7,6 juta
2024	5,9 juta	17 juta	15,3 juta	2,4 juta	11 juta

Sumber data: kontan.co.id

Tabel 2 menunjukkan jumlah pengguna beberapa bank digital pada tahun 2023 hingga 2024. Pengguna aktif Jenius terus bertambah dan mengalami peningkatan, dengan jumlah mencapai 5,2 juta pengguna pada tahun 2023. Lalu pada tahun 2024 jumlah pengguna Jenius bertambah menjadi 5,9 juta pengguna. Meskipun mengalami pertumbuhan, jumlah pengguna Jenius masih tergolong lebih rendah jika dibandingkan dengan Sea Bank yang tembus 10 juta pengguna pada tahun 2023 serta mencapai 17 juta pada tahun 2024, dan juga Bank Jago yang pada tahun 2023 memiliki 8,1 juta pengguna, lalu menjadi 15,3 juta pengguna pada 2024. Blu by BCA juga menunjukkan pertumbuhan, dengan jumlah pengguna yang meningkat dari 1,7 juta pada 2023 menjadi 2,4 juta pada tahun 2024. Allo Bank sebanyak 7,6 juta pengguna pada tahun 2023 dan tahun 2024 mencapai 11 juta pengguna.

Jenius salah satu pelopor bank digital pertama di Indonesia yang menawarkan berbagai fitur yang menarik untuk membantu penggunanya melakukan aktifitas finansial atau perbankan sehari-hari seperti tranfer dana, pembayaran tagihan hingga pengelolaan pribadi. Walaupun begitu, tidak bisa dipungkiri jika selama ini aplikasi tersebut mendapat berbagai penilaian dari para penggunanya baik ulasan positif maupun negatif terhadap kinerja dari aplikasi Jenius itu sendiri.

Tabel 3. Ulasan Aplikasi Jenius

No.	Rating dan Isi Ulasan	Persentase
Rating Bintang 1-2		
1.	Respon layanan lambat	25%
2.	Kurangnya kejelasan informasi	15%
3.	Proses verifikasi yang lama dan ribet	20%
4.	Saldo tiba-tiba berkurang & tidak transparan	20%
5.	Rekening terblokir sepihak	20%
Rating Bintang 3		
1.	Perlunya pembaharuan versi yang lebih ringan dan stabil	35%
2.	Sering <i>bug</i> dan <i>error</i>	35%
3.	Fitur perlu penyempurnaan	30%
Rating Bintang 4-5		
1.	Transaksi cepat dan lancar	30%
2.	Tampilan modern dan <i>user-friendly</i>	25%
3.	Sangat membantu aktifitas perbankan	25%
4.	Fitur lengkap	25%

Sumber: Google Play Store, 2024

Berdasarkan ulasan pengguna Jenius di Google Play Store pada Tabel 3, ulasan rating rendah bintang 1-2 didominasi oleh keluhan yang muncul terkait respon layanan yang lambat (25%), kurangnya kejelasan informasi (15%), proses verifikasi yang lama dan rumit (20%), serta masalah keamanan seperti saldo berkurang secara tiba-tiba (20%) dan rekening terblokir sepihak (20%). Hal ini berkaitan dengan *responsiveness* atau daya tanggap yang diberikan serta aspek keamanan yang bisa mempengaruhi kepuasan dari pengguna. Lalu pada ulasan rating menengah bintang 3 berisi ulasan terkait aplikasi Jenius yang sepertinya perlu melakukan pembaharuan versi yang lebih ringan ringan dan stabil (35%), seringnya terjadi *bug* dan *error* (35%), serta masih terdapat fitur yang perlu penyempurnaan (30%). Hal ini mengindikasikan adanya tuntutan terhadap aspek kemudahan yang lebih baik. Sedangkan pada ulasan rating tinggi bintang 4-5 menunjukkan keunggulan aplikasi seperti transaksi dinilai cepat dan lancar (30%), tampilan aplikasi yang modern dan *user-friendly* (25%), aplikasi sangat membantu dalam aktifitas perbankan (25%) serta kelengkapan fitur yang mendukung aktivitas perbankan (20%). Selain itu, pada tahun 2023 sempat ada kasus mengenai terjadinya kehilangan dana milik nasabah Jenius, dan juga pada tahun 2024 ini ada masalah mengenai ketidakjelasan transaksi transfer yuan dari Jenius sudah diterima oleh pihak penerima atau belum. Ini menunjukkan bahwa aspek keamanan transaksi dan transparansi memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.

Hasil dari penelitian terdahulu juga mendukung asumsi tersebut. Menurut Romaini et al., (2023) *Responsiveness* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijayanti, 2023) yang menyatakan bahwa variabel *responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z pengguna layanan BSI Mobile di Kota Surakarta. Menurut Widyaningsih et al., (2023) juga mengatakan secara parsial *responsiveness* tidak ada pengaruh terhadap *customer satisfaction* (kepuasan nasabah). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Fernos & Gietricen (2020) juga menyatakan bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan mobile banking. Penelitian Jannah & Hastari (2023) mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna m-banking. Penelitian lain Hayat & Busman (2022), mengatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Menurut Deliyana et al., (2022) persepsi kemudahan dan persepsi keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking. Namun menurut Gusmana dalam Shafira et al., (2023) menjelaskan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sama halnya dengan penelitian Azizah (2023) yang mengatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah pengguna Jenius didominasi oleh kalangan Generasi Z. Helena selaku *Head of Wealth Management Business and Network & Distribution* Bank SMBC Indonesia menyatakan hal itu terjadi karena Generasi Z merupakan kalangan muda yang lebih cepat memahami dan menggunakan alat-alat atau aplikasi berbasis teknologi digital. VP of Research, Populix Indah Tanip, mengatakan bahwa pengguna bank digital didominasi oleh Gen Z sebanyak 60% dan sisanya adalah generasi milenial 40%. Nasabah Jenius juga dinilai sangat lincah, kritis dan menyukai hal-hal baru (Fitriana, 2024). Jenius tidak memiliki kantor pusat maupun cabang fisik, oleh karena itu Jenius menyediakan *booth* di beberapa pusat perbelanjaan modern (mall) di kota Semarang sebagai sarana promosi dan juga aduan layanan jika nasabah mengalami kendala bisa mendatangi *booth* tersebut. Selain itu, didukung dalam tulisan Rohmah (2024) pada website Tribun Jateng menyatakan bahwa, Jenius melakukan berbagai promosi di kota Semarang untuk meningkatkan popularitasnya di sebagai bank digital. Dibuktikan dengan

adanya berbagai aktivitas yang melibatkan masyarakat Kota Semarang. Salah satunya yaitu berkolaborasi bersama Pocari sweat sebagai *co-title* sponsor dalam ajang *Pocari Sweat Run Indonesia* yang diselenggarakan secara *hybrid* pada 6-7 Juli 2024.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana adanya pengaruh dari *responsiveness* (daya tanggap), kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang. Penelitian ini didasarkan pada adanya ulasan dan penilaian pengguna serta masalah yang muncul, yang menunjukkan penurunan performa serta total *awareness* Jenius. Kondisi ini membuat Jenius kalah bersaing dengan beberapa bank digital baru yang bahkan memiliki jumlah pengguna lebih sedikit, namun mampu meraih tingkat kepuasan dan *awareness* yang lebih tinggi. Fenomena tersebut menjadi salah satu indikasi bahwa meskipun Jenius memiliki basis pengguna yang cukup besar, tingkat kepuasan pengguna Jenius relatif lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan artian kualitas layanan yang dirasakan pengguna belum memenuhi ekpetasi secara optimal.

Mengingat Generasi Z merupakan segmen pengguna terbesar dan memiliki karakteristik yang kritis serta cepat beradaptasi terhadap teknologi, maka tingkat kepuasan mereka dapat menjadi indikator utama keberhasilan sebuah layanan bank digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Jenius dalam meningkatkan kualitas layanannya, baik dari segi kecepatan respon, kemudahan penggunaan, maupun keamanan transaksi. Dengan demikian, Jenius dapat bersaing lebih optimal di tengah ketatnya persaingan industri perbankan digital, serta mampu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas penggunanya. Adanya kesenjangan dari peneliti sebelumnya, peneliti bermaksud membawa kebaruan untuk menyelidiki hubungan antara variabel *Responsiveness*, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna Aplikasi Jenius di Kota Semarang. Dengan mengajukan pertanyaan penelitian (i) Apakah *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna Aplikasi Jenius di Kota Semarang. (ii) Apakah Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna Aplikasi Jenius di Kota Semarang. (iii) Apakah Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z Pengguna Aplikasi Jenius di Kota Semarang.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Perilaku Konsumen**

Menurut Amirullah (2021) perilaku konsumen adalah studi tentang tindakan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi produk atau layanan yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Kotler dan Keller dalam (Syafrianita et al., 2022) perilaku konsumen adalah pengkajian mengenai bagaimana individu, kelompok atau organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan ataupun keinginan mereka. Berdasarkan definisi dari kedua ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa, perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, produk atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sehingga merasa puas.

### **2.2 Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah merupakan kegiatan yang dapat dinilai melalui perasaan ataupun kekecewaan seseorang akibat menilai kinerja yang diterima suatu produk dengan harapan yang diberikan. Menurut Kotler dalam (Shafira et al., 2023) kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari seseorang ketika persepsi terhadap kinerja atau hasil

produk dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan salah satu indikator yang paling penting untuk mengukur dan menentukan seberapa baik produk ataupun layanan yang diberikan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi para nasabah. Kepuasan mencerminkan nilai tambah seseorang dari sebuah kinerja produk maupun jasa, yang hasilnya sesuai dengan ekspektasi pengguna. Kepuasan nasabah dapat tercapai apabila persepsi fundamental nasabah terhadap kinerja produk dan jasa sesuai kinerja produk yang diinginkan (Jannah & Hastari, 2023). Kepuasan nasabah adalah suatu hal yang sangat penting bagi penyelenggara jasa, karena apabila nasabah merasa puas maka nasabah tersebut akan memberitahukannya kepada nasabah lainnya akan rasa kepuasan yang dimilikinya, maka dari itu reputasi pemberi jasa tersebut bisa naik (Widyaningsih et al., 2023). Dengan demikian, apakah seorang nasabah puas atau tidak, sangat bergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan (Ismulyaty et al., 2022). Menurut Fandi Tjiptono beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah meliputi: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, promosi, fasilitas, lokasi, kemudahan, kepercayaan, *service quality*, religiusitas, serta kenyamanan. Kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh yang sangat penting untuk kepuasan nasabah dikarenakan mempunyai sesuatu yang komitmen untuk merealisasi konsep yang berorientasi kepada nasabah (Azkiya et al., 2021).

### **2.3 Responsiveness**

Menurut Wijayanti (2023) *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, dengan cara penyampaian yang mudah dan juga jelas dipahami. *Responsiveness* dapat diartikan juga sebagai seberapa efektif sebuah situs dalam hal menangani permasalahan atau kendala dalam pengoperasian suatu aplikasi mobile banking (Safitri et al., 2022). *Responsiveness* merupakan tanggapan yang diberikan secara cepat, disertai dengan penyampaian informasi yang jelas seta mudah untuk dimengerti (Wulandari & Rusmahafi, 2020). *Responsiveness* atau ketanggapan adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan terdapat kepada pelanggan (Mauliddina et al., 2022). *Responsiveness* adalah pendapat responden terhadap kemampuan bank dalam menyelenggarakan e-banking memberikan tanggapan yang cepat, aplikasi mudah dipahami dan dioperasikan serta mampu melakukan proses transaksi yang tepat (Ronny et al., 2021).

### **2.4 Kemudahan**

Menurut Jogiyanto dalam (Mukhtisar et al., 2021) kemudahan penggunaan Mobile Banking adalah kepercayaan seseorang ketika menggunakan teknologi, yang dimana akan membuatnya percaya bahwa jika suatu sistem informasi tersebut mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Begitupula sebaliknya, jika seseorang menganggap suatu sistem informasi tidak mudah digunakan atau susah, maka dia tidak akan menggunakannya. Mobile banking memberikan kemudahan untuk para nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Maka dari itu, kemudahan merupakan salah satu faktor yang penting bagi pengguna untuk bertransaksi menggunakan mobile banking dengan fleksibilitas waktu dan tempat, karena dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Kemudahan adalah dimana pengguna merasakan teknologi relatif mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan (*perceived ease of use*) menurut (Nurtyastuti, 2020) bahwa kemudahan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Kemudahan merupakan suatu kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha (Effendy et al., 2021)

## 2.5 Keamanan

Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi atau mengelola suatu informasi data diri maupun data bisnis yang dimiliki nasabah dari tindakan kejahatan dunia maya, pencurian online dan juga sabotase data online. Menurut Muhajirin (2023) keamanan (*Security*) merupakan suatu proses untuk menjaga sebuah risiko yang dirasakan agar berada pada tingkatan yang masih dapat diterima atau wajar. Menurut Flavia'n dan Guinali'u dalam Dandy Kurnia, (2020) keamanan merupakan probabilitas subjektif yang dimana konsumen/nasabah percaya bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, serta dimanipulasi selama transit dan penyimpanan oleh pihak-pihak yang tidak berkepentingan dengan cara yang sesuai dengan harapan mereka.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Dama Mustika (2022)	<i>The Effect of Responsiveness and Efficiency on customer Satisfaction of Bank Syariah Indonesia (BSI) at Thursina Hospital in Duri City</i>	X1: <i>Responsiveness</i> X2: <i>Effeciency</i> Y: Kepuasan Nasabah	Dalam penelitian ini <i>Responsiveness</i> dan <i>Efficiency</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
2.	Niken Putri Wijayanti (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Surakarta (Studi Pada Generasi Z di Kota Surakarta)	X1: <i>Tangibles</i> X2: <i>Reliability</i> X3: <i>Responsiveness</i> X4: <i>Assurance</i> X5: <i>Emphaty</i> Y: Kepuasan Nasabah	<i>Variabel Tangible, Reliability, dan Emphaty</i> secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Generasi Z pengguna layanan BSI Mobile di Kota Surakarta. Sedangkan variabel <i>Responsiveness</i> dan <i>Assurance</i> secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z pengguna layanan BSI Mobile di Kota Surakarta
3.	Afifah Miftakhul	Pengaruh Fitur Layanan Dan	X1: Fitur Layanan X2: Kemudahan	Penelitian menunjukkan bahwa

	jannah, Dian Nova Hastari (2023)	Kemudahan Menggunakan M-Banking Bsi Terhadap Kepuasan Nasabah	Y: Kepuasan Nasabah	Fitur Layanan dan Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
4.	Nahrul Hayat Hibatullah, Sherwin Ary Busman (2022)	Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus Pt Bank Mandiri Kcp Sumbawa Besar)	X1: Kemudahan X2: Kualitas Layanan X3: Fitur Produk Y: Kepuasan Pengguna	Variabel Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan pengguna. Variabel kualitas layanan dan Fitur Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.
5.	Rena Deliyana, Berlintina Permatasari, Dewi Sukmasari (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca	X1: Persepsi Kemudahan X2: Persepsi Keamanan X3: Persepsi Kepercayaan Y: Kepuasan Pelanggan	Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA. Persepsi Keamanan dan Persepsi Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA.
6.	Nur Azizah (2023)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Fitur Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Muamalat Din (Digital Islamic Network)	X1: Kemudahan X2: Keamanan X3: Fitur Y: Kepuasan Nasabah	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel Kemudahan dan variabel Fitur berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan Muamalat DIN. Sedangkan variabel Keamanan secara



				persial tidak ada pengaruh baik secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan Muamalat DIN.
--	--	--	--	---

Sumber: Penelitian terdahulu

## 2.7 Pengembangan Hipotesis

### 2.7.1. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah

*Responsiveness* (daya tanggap) merupakan salah satu dimensi dari kualitas layanan yang mencerminkan kecepatan dan ketepatan penyedia layanan dalam merespon pertanyaan, keluhan, maupun kebutuhan pelanggan. *Responsiveness* didefinisikan sebagai kesadaran para penyedia jasa dalam merespons untuk membantu ataupun memberikan informasi kepada nasabah yang sedang membutuhkan bantuan. *Responsiveness* yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam konteks perbankan digital, khususnya pada aplikasi Jenius, kemampuan memberikan respon yang cepat, jelas dan solutif akan membentuk persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan yang diterima. Generasi Z sebagai kelompok yang terbiasa dengan teknologi digital memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kecepatan layanan karena terbiasa dengan akses informasi yang instan. Apabila penyedia layanan mampu memenuhi ekspektasi tersebut, maka nasabah atau pengguna akan merasa diperhatikan, dihargai, dan sangat terbantu sehingga Tingkat kepuasan meningkat. Pada *responsiveness* ini, kesigapan dalam membantu nasabah juga memengaruhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi *responsiveness* yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dama Mustika (2022) yang menyatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, Peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang**

### 2.7.2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan persepsi pengguna mengenai tingkat usaha yang dibutuhkan untuk mengoperasikan suatu sistem atau layanan. Dalam konteks aplikasi perbankan digital, kemudahan dapat mencakup antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, serta proses transaksi yang tidak rumit. Menurut Nurtyastuti (2020) bahwa kemudahan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah. Generasi Z yang tumbuh dalam era teknologi digital memiliki preferensi terhadap layanan yang cepat dipelajari dan mudah digunakan tanpa memerlukan panduan rumit. Ketika aplikasi Jenius mampu memberikan pengalaman penggunaan yang praktis, tidak membingungkan, dan efisien, maka hal tersebut akan meminimalkan hambatan dalam bertransaksi, mengurangi potensi kesalahan, serta meningkatkan kenyamanan. Kemudahan saat menggunakan mobile banking dapat menjadikan nasabah senang, sehingga terdapat ambisi atau keinginan untuk terus melakukannya berkali-kali. Dapat diasumsikan semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang. Hal tersebut sesuai

dengan penelitian yang dilakukan oleh Prahayu (2023) mengatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, Peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang**

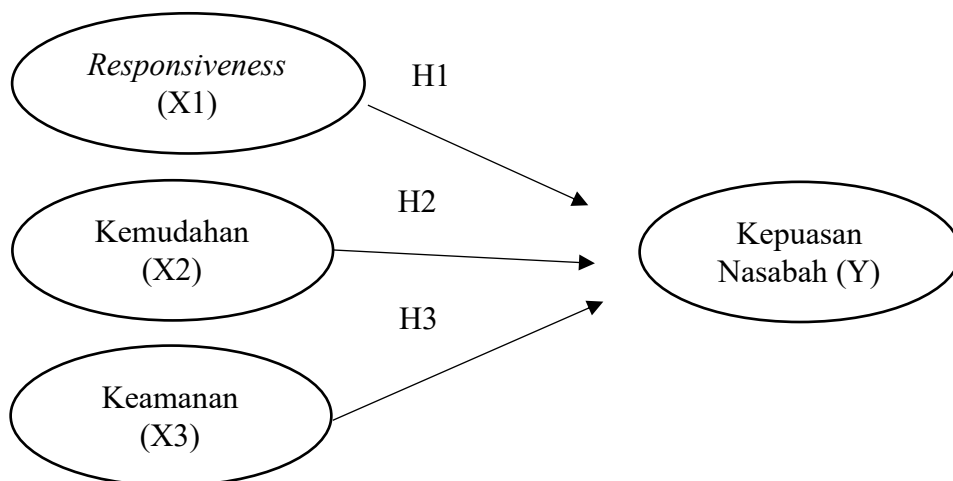
### 2.7.3. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang terdapat pada transaksi elektronik terhadap pengguna yang berwenang (Rumaini et al., 2023). Keamanan dalam layanan perbankan digital mengacu pada perlindungan data pribadi, kerahasiaan informasi, dan jaminan bahwa transaksi terlindungi dari risiko penipuan maupun akses ilegal. Bagi Generasi Z yang cenderung aktif bertransaksi secara digital, isu keamanan menjadi perhatian utama mengingat tingginya kesadaran akan potensi kejahatan siber. Aplikasi Jenius yang menerapkan sistem keamanan berlapis seperti autentikasi ganda, enkripsi data, dan notifikasi real-time akan memberikan rasa aman bagi penggunanya. Ketika nasabah merasa transaksi dan informasi pribadinya terlindungi, mereka akan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi, mengurangi kecemasan, serta meningkatkan kepuasan dalam menggunakan layanan. Dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, semakin tinggi pula kepuasan nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang. Menurut Deliyana et al., (2022) Persepsi keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, Peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang**

## 2.8 Kerangka model Penelitian

Dibawah ini adalah kerangka penelitian, seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Penelitian terdahulu yang dikembangkan, 2025

### 3. Metodologi Penelitian

#### 3.1 Populasi dan Sampel

##### 3.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah sekumpulan objek atau subjek yang karakteristiknya ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi adalah objek atau subjek yang berada di suatu wilayah yang memenuhi syarat tertentu berkaitan dengan suatu masalah penelitian (Umiyati, 2021). Populasi merupakan keseluruhan orang/responden yang ingin dijadikan sebagai subjek penelitian dengan identifikasi secara tepat dan akurat sehingga dapat ditarik sampel. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna aplikasi Jenius yang berdomisili di Kota Semarang. Generasi Z merupakan generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital di usia muda, pada generasi ini juga dianggap sebagai pegamat sekaligus pengguna setiap kemajuan teknologi yang ada, sebagaimana kita tahu bahwa Generasi Z ini tidak bisa terlepas dari smart phone yang merupakan salah satu kecanggihan teknologi serta kemampuan berkomunikasi mereka yang dianggap lebih baik dari generasi sebelumnya yaitu generasi milenial lewat jejaring sosial yang merebak seperti sosial media.

##### 3.1.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020). Teknik sampling merupakan proses dan cara mengambil sampel untuk menduga keadaan suatu populasi. Peneliti menggunakan Teknik *non-probability sampling*, pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang sumber datanya berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Dengan menggunakan *purposive sampling* peneliti akan merasa lebih mudah untuk menentukan sampel penelitiannya dengan mengidentifikasi kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan google form dengan ketentuan kriteria yang digunakan. Kriteria sampel meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- (a) Pengguna Aplikasi Jenius
- (b) Generasi Z dengan usia 17-27 tahun;
- (c) Pengguna dengan domisili Kota Semarang.

Sampel dalam penelitian ini didapat melalui rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow merupakan rumus yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang tidak diketahui. Berikut adalah rumus Lemeshow yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel:

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

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

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

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

$$n = 96,04$$

Keterangan

$n$  = jumlah sampel

$P$  = maksimal estimasi = 0,5

$z$  = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

$d$  = alpha atau sampling error = 10% (0,10)

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil 96,04 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 96 responden. Sehingga dibutuhkan data sejumlah 96 Generasi Z pengguna aplikasi Jenius di Kota Semarang.

### 3.2 Variabel Penelitian

Tabel 5. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Responsiveness</i> (X1)	<i>Responsiveness</i> yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pengguna dan juga merespon permintaan mereka secara sigap, serta memberikan informasi yang jelas mengenai waktu pemberian layanan dan melaksanakannya dengan cepat (Solichin et al., 2019).	1. Kejelasan informasi 2. Kecepatan pelayanan 3. Ketepatan pelayanan 4. Kesediaan menanggapi (Widyaningsih et al., 2023)
Kemudahan (X2)	Kemudahan merujuk pada suatu keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi informasi mudah untuk dipahami dan tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakannya (Daffa, 2023).	1. Mudah digunakan ( <i>easy to use</i> ) 2. Jelas dan dimengerti ( <i>clear and understandable</i> ) 3. Fleksibel ( <i>flexible</i> ) 4. Dapat dikontrol ( <i>controllable</i> ) 5. Mudah dipelajari ( <i>easy to learn</i> ) 6. Mudah menjadi terampil ( <i>easy to become skillful</i> ) Menurut (Yulianti, 2024)
Keamanan (X3)	Menurut Erina dalam (Shafira et al., 2023) Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi atau mengelola informasi data diri ataupun data bisnis nasabah dari tindak jahat dunia maya, pencurian serta sabotase data online	1. Jaminan keamanan 2. Keamanan dalam melakukan transaksi

		3. Kerahasiaan data (Handayani, 2023)
Kepuasan Nasabah (Y)	Rahayu (2020) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon pelanggan terhadap evaluasi yang dirasakan setelah menggunakan produk.	1. Kesesuaian harapan 2. Melakukan pemakaian ulang 3. Kesediaan merekomendasi (Yulianti, 2024)

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian, 2025

### 3.3 Skala Pengukuran

Dalam metode penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala ini umumnya digunakan untuk mengukur minat dan pengetahuan terkait fenomena sosial. Hasil dari pengukuran ini nantinya akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Menurut Sugiyono (2017) sebagaimana disitir oleh Setianingsih et al. (2019), cara mengukur skala Likert adalah:

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Nertal

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

### 3.4 Alat Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan dukungan perangkat lunak SPSS Versi 26. Berdasarkan penjelasan dalam definisi operasional variabel penelitian, *responsiveness* diukur dengan empat (4) indikator, kemudahan diukur dengan enam (6) indikator, keamanan diukur dengan tiga (3) indikator dan kepuasan nasabah diukur dengan tiga (3) indikator,

#### 3.4.1 Uji Kelayakan Data

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya pernyataan yang telah disusun pada kuesioner peneliti, yang dapat dilakukan dengan korelasi bivariate yang dievaluasi berdasarkan nilai Signifikansi. Jika nilai signifikansi  $\alpha < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan penelitian adalah valid, sedangkan jika  $\alpha > 0,05$  maka data tidak valid (Ghozali, 2021).

##### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur pernyataan dalam suatu kuesioner yang dilihat dari konsistensi jawaban yang stabil dalam sebuah penelitian. Jawaban responden terhadap pernyataan yang ada dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel jika masing-masing pernyataan dijawab secara konsisten. Pengujian ini menggunakan analisis statistik *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,70$  karena semakin banyak skala pengukuran maka semakin tinggi batas nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Reliabilitas  $\alpha > 0,70$  berarti data dapat diterima, sehingga reliabilitas sangat baik (Ghozali, 2021).

### 3.4.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui data penelitian tersebut normal atau tidak. Uji ini juga digunakan untuk menilai model regresi dalam memenuhi kriteria distribusi normal. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi residual yang normal. Didalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* untuk masing-masing variabelnya. Dapat dilihat dari nilai signifikansi  $K - S$  data tersebut dianggap terdistribusi normal apabila kriteria nilai signifikansi  $> 0,05$ , namun jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dinyatakan bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2021).

#### 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur korelasi antar variabel independen, yang dilihat berdasarkan model regresi yang seharusnya tidak terjadinya korelasi pada variabel independen, hal tersebut seharusnya tidak terjadi karena korelasi yang tinggi dapat mengganggu hubungan antar variabel. Pengujian ini dilakukan menggunakan dua metode dengan memeriksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka data dinyatakan bebas dari multikolinieritas bahwa data memenuhi asumsi normalitas, namun jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dinyatakan model regresi terdapat gejala multikolinieritas sehingga data tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2021).

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi atau menguji perbedaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dengan menggunakan uji *glejser*, untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dalam mengamati nilai probabilitas signifikansi. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual  $\alpha > 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

### 3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi berganda tersebut digunakan untuk menentukan arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini, uji regresi linier berganda dilakukan untuk menganalisis variabel independen, yaitu *responsiveness* (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), memengaruhi variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y), dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Berikut adalah persamaan regresi linier berganda yang digunakan:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan nasabah

$\alpha$  = Konstanta

X1 = *Responsiveness*

X2 = Kemudahan

X3 = Keamanan

$\beta$  = Koefisien regresi dari setiap variabel independen

$\varepsilon$  = Variabel Pengganggu

### 3.4.4 Uji Hipotesis

#### 1) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi adalah pengujian yang bertujuan untuk mengevaluasi model regresi dalam menggambarkan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* yang berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1 nilai *Adjusted R<sup>2</sup>*, maka semakin baik model dalam menjelaskan dan memprediksi pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan informasi yang hampir sepenuhnya memengaruhi dan memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2021).

#### 2) Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menguji variabel independen secara keseluruhan, untuk mengetahui memiliki pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Jika hasil perhitungan menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan. Namun sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### 3) Uji Statistik t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh setiap variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Cara melakukan pengujiannya yaitu dengan menentukan *level of significance* ( $\alpha$ ) sebesar 0,05 (5%), lalu membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Jika nilai probabilitas  $\alpha < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen yang memiliki pengaruh signifikan.