

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi di era *digital* menjadikan internet sebagai pondasi utama untuk inovasi teknologi lainnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa, dari jumlah total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII menunjukkan peningkatan 1,4% dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini menandakan adanya peningkatan konsisten grafik tren positif penetrasi internet Indonesia dalam lima tahun terakhir yang naik secara signifikan. Sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%, kemudian naik 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 79,5% di 2023 (APJII, 2024).

Perkembangan teknologi informasi juga berdampak pada ekonomi, termasuk di sektor perbankan, bank telah memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis *digital*. Teknologi informasi memberikan kemudahan di segala aspek bagi kehidupan manusia. Dalam hal pelayanan, teknologi informasi berperan untuk memberikan layanan perbankan yang unggul dan cepat kepada konsumen atau nasabah. Nasabah dapat melakukan transaksi secara *mobile* kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengantri atau pergi ke bank (Rumaini et al., 2023).

Seiring dengan transformasi *digital* yang terus digalakkan oleh semua bank, transaksi digital perbankan semakin meningkat pesat. Perkembangan transaksi paling signifikan terjadi pada layanan *mobile banking*. Menurut data Bank Indonesia (BI), sepanjang sembilan bulan pertama tahun 2024, volume transaksi perbankan *mobile banking* mencapai 14,09 miliar, ini melonjak 68,5% dari periode yang sama tahun sebelumnya 8,36 miliar. Nilai transaksi selama periode ini juga melonjak 71,8% secara tahunan menjadi 16.725 triliun. Bank Indonesia memprediksi volume transaksi *mobile banking* akan tembus 20,56 miliar atau tumbuh 47,1% per tahun (Kontan.co.id, 2024).

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai salah satu bank BUMN ikut menghadirkan aplikasi layanan *mobile banking* yakni Livin' by Mandiri yang diluncurkan pada bulan Oktober 2021 dan ditujukan khusus kepada para nasabahnya. Mandiri terus melakukan pengembangan terhadap aplikasi Livin' by Mandiri, yakni perubahan logo yang sebelumnya berwarna biru kini menjadi berwarna kuning. Per tanggal 21 Januari 2022, Bank Mandiri mengumumkan penutupan dan penonaktifan aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri berlogo biru dan mendorong pelanggannya untuk beralih ke aplikasi Livin' by Mandiri berlogo kuning. Bank Mandiri menyatakan bahwa aplikasi berlogo kuning memiliki tampilan yang lebih baik, serta memiliki kualitas layanan yang lebih baik lagi (Aprianti, 2023).

Gambar 1.1
Perubahan aplikasi Livin' by Mandiri



Gambar 1.1 di atas menunjukkan perubahan logo aplikasi Livin' by Mandiri dari versi lama berwarna biru ke versi terbaru yang berwarna kuning. Perubahan ini tidak hanya sebatas tampilan visual, namun juga mencerminkan transformasi besar pada layanan perbankan *digital* Bank Mandiri. Livin' by Mandiri versi terbaru mengintegrasikan seluruh kebutuhan transaksi finansial nasabah, mulai dari pembukaan rekening baru secara *online*, transaksi pembayaran, konektivitas dengan ekosistem *marketplace*, hingga layanan investasi, semuanya tersedia dalam satu aplikasi layaknya layanan cabang di dalam genggaman. Aplikasi terbaru ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur baru yang dirancang untuk memenuhi hampir seluruh kebutuhan transaksi finansial nasabah.

Dikutip dari laman (Mandiri, 2021) berikut perubahan Livin' by Mandiri terbaru logo warna kuning dengan Livin' by Mandiri logo biru :

 Livin' by Mandiri (Lama - Logo Biru)

- Aplikasi *mobile banking* sebelumnya dari Bank Mandiri.
- Fitur dasar perbankan seperti transfer, cek saldo, dan pembayaran.

 Livin' by Mandiri (Baru - Logo Kuning)

Bertransformasi menjadi *financial super app* dengan tampilan baru dan fitur lebih lengkap:

1. Layanan Terintegrasi
 - Pembukaan rekening baru secara *online* dengan teknologi *face recognition* dan *liveness*.
 - Akses semua produk Mandiri (rekening, pinjaman, kartu kredit, *e-wallet*) dalam satu login.
2. Fitur Inovatif
 - Pengajuan & pelacakan Mandiri Kartu Kredit serta Kredit Serbaguna langsung dari aplikasi.
 - Tarik tunai tanpa kartu hingga Rp5 juta/hari.
 - *Smart Top Up* untuk isi saldo *e-wallet* otomatis.
 - Intip Saldo dan *Quick Pick* tanpa login.
3. Terkoneksi dengan Ekosistem *Digital*
 - Terintegrasi dengan berbagai aplikasi *e-wallet & marketplace*.
 - Mendukung transaksi finansial secara menyeluruh tanpa ke cabang.
4. Promo Personal & Menarik
 - Penawaran dan diskon disesuaikan dengan preferensi nasabah.

Tabel 1.1
Jumlah download *mobile banking* Indonesia di *Play Store* 2025

No	Nama Aplikasi	Jumlah download	Rating
1	BRImo	50 jt+	4,7
2	BCA mobile	50 jt+	4,0
3	Livin' by Mandiri	10 jt+	3,9
4	wondr by BNI	5 jt+	4,8

Sumber : Data *Google Play Store*, 2025

Dari tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa Aplikasi Livin' by Mandiri memiliki jumlah download yang tergolong banyak di *playstore* yakni +10 juta tetapi nilai rating yang diterima lebih rendah yaitu 3,9 dari 5 bintang, dibandingkan dengan wondr by BNI yang memiliki jumlah download yang lebih sedikit dari Livin' by Mandiri yakni 5jt+ tetapi rating yang diterima lebih tinggi yaitu 4,8 dari 5 bintang. Menurut (R. S. Sari & Othman, 2024)

Rating adalah penilaian atau skor yang diberikan oleh pengguna terhadap suatu produk atau layanan, seperti aplikasi. Rating pada aplikasi ditampilkan dalam bentuk skala bintang dari 1 hingga 5, di mana 1 bintang menunjukkan ketidakpuasan dan 5 bintang menunjukkan kepuasan yang tinggi. Rating mencerminkan tingkat kepuasan pengguna setelah menggunakan aplikasi tersebut. Penilaian ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kinerja aplikasi, kemudahan penggunaan, keamanan, fitur yang tersedia, serta tampilan dan desain. Dengan demikian, rating menjadi indikator penting yang menunjukkan seberapa baik atau buruk pengalaman pengguna terhadap suatu aplikasi. Rating yang tinggi menandakan bahwa aplikasi tersebut berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan penggunanya, sedangkan rating rendah menunjukkan adanya masalah atau ketidakpuasan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Menurut (Kusnadi, 2024) Pemberian rating rendah dapat disebabkan oleh kurangnya kualitas pada aplikasi, adanya kesulitan penggunaan, dan adanya masalah keamanan yang menyebabkan pengguna kurang puas dengan aplikasi tersebut. Sebaliknya, aplikasi dengan jumlah download yang lebih sedikit dapat memiliki rating yang tinggi jika menyediakan fitur yang berkualitas, kemudahan penggunaan, dan keamanan yang terjamin.

Berdasarkan data ulasan pengguna di *Google Play Store*, aplikasi Livin' by Mandiri telah diulas sebanyak 624 ribu kali dengan rating 3,9. Beberapa ulasan menunjukkan adanya masalah-masalah yang dikeluhkan oleh pengguna aplikasi Livin' by Mandiri logo biru (lama) dan aplikasi Livin' by Mandiri logo kuning (baru), seperti yang terlihat pada ulasan berikut :

Tabel 1.2
Testimoni Pengguna Livin' by Mandiri logo biru (lama) Tahun 2021 di *Play Store*

Waktu	Pengguna	Ulasan
05/10/21	Azay Bhone	Penggunaan aplikasi cukup mudah, terutama untuk melihat saldo, namun belum ada menu untuk mengelola daftar rekening transfer.
11/10/21	Siti Chalimah	Riwayat transaksi tidak menampilkan saldo harian per tanggal, sehingga kurang membantu untuk memantau saldo per transaksi tersebut.
13/10/21	Rizky Dwi	Desain masih kurang nyaman, menu transaksi dengan icon lingkaran font tipis membuat tampilan menjadi sempit.
14/10/21	Albert Sarnubi	Fitur pembayaran belum lengkap, dan pemilihan warna menu pada aplikasi kurang kontras sehingga kurang menarik.
16/10/21	Rias	Aplikasi belum mendukung fitur setor tunai tanpa kartu

Sumber : Data Ulasan *Play Store*, 2025

Tabel 1.3
Testimoni Pengguna Livin' by Mandiri logo kuning (baru) Tahun 2025 di *Play Store*

Waktu	Pengguna	Ulasan
06/07/25	Halfi Ariffansyah	Semenjak update aplikasi menjadi buruk, Q-ris lambat muncul barcode, aplikasi lemot, setiap dini hari tidak bisa melakukan transaksi.
12/07/25	Andika Saputra	Aplikasi tiba-tiba Log-out sendiri dan sangat sulit saat verifikasi wajah
17/07/25	A Yusrofi	Muncul notif gagal transaksi sampai 3x, tetapi saldo tetap kepotong senilai 3x transaksi
18/07/25	Jefri Dwi	Tampilan terbaru Livin terlalu rame dan

		membingungkan, serta banyak fitur yang gak kepakai
22/07/25	Rossey 46	Pengaturan notifikasi transaksi Livin masih sangat buruk

Sumber : Data Ulasan *Play Store*, 2025

Tabel 1.2 dan 1.3 di atas menyajikan sejumlah ulasan-ulasan yang menunjukkan keluhan dari beberapa pengguna aplikasi Livin' by Mandiri. Masalah-masalah yang diutarakan ini mengindikasikan bahwa sebagian pengguna belum sepenuhnya puas dengan aplikasi Livin' by Mandiri versi lama berlogo biru maupun versi terbaru berlogo kuning. Ulasan antara Livin' versi lama dan versi baru menunjukkan bahwa meskipun keduanya memiliki kekurangan, perubahan yang terjadi pada versi terbaru justru menimbulkan lebih banyak keluhan dari sisi fungsionalitas dan stabilitas aplikasi. Pada versi lama, seperti yang disampaikan oleh Azay Bhone dan Siti Chalimah, aplikasi dinilai cukup mudah digunakan untuk kebutuhan dasar seperti melihat saldo, meskipun masih terdapat keterbatasan seperti belum adanya menu pengelolaan rekening transfer dan riwayat saldo harian. Beberapa pengguna juga mengkritik desain yang kurang nyaman serta fitur yang belum lengkap, namun masalah yang disampaikan cenderung bersifat teknis ringan dan masih dapat ditoleransi. Sebaliknya, pada versi baru yang hadir dengan pembaruan tampilan dan identitas visual, justru muncul banyak keluhan yang lebih serius. Halfi Ariffansyah dan Andika Saputra menyoroti performa aplikasi yang menurun drastis setelah update, mulai dari fitur QRIS yang lambat, aplikasi lemot, hingga kesulitan saat login dan verifikasi wajah. Bahkan, A. Yusrofi mengalami kerugian akibat transaksi gagal namun saldo tetap terpotong, yang mencerminkan adanya masalah sistemik. Jefri Dwi juga mengeluhkan bahwa tampilan baru terlalu ramai dan membingungkan, serta banyak fitur tidak relevan yang hanya menambah kerumitan. Selain itu, Rossey menambahkan bahwa pengaturan notifikasi transaksi masih buruk. Dengan demikian, meskipun Livin' versi baru membawa perubahan dari sisi tampilan dan fitur, pengalaman pengguna justru menurun karena banyaknya bug, gangguan teknis, dan kompleksitas antarmuka yang mengurangi kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini dapat menjadi cerminan bahwa perubahan yang dilakukan pada versi baru belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi atau preferensi pengguna. Persepsi negatif ini menjadi tantangan serius bagi pihak bank, karena kepuasan pengguna adalah kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan adopsi serta loyalitas terhadap layanan *digital*.

Tabel 1.3
Pra-Survey Persepsi Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang

No.	Item Pernyataan	Respon		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Fitur-fitur pada aplikasi Livin' by Mandiri berfungsi dengan baik dan mudah digunakan	22	8	73,3%	26,7%
2.	Sistem keamanan seperti OTP dan verifikasi biometrik pada Livin' by Mandiri sudah efektif dalam melindungi data pribadi saya	25	5	83,3%	16,7%
3.	Livin' by Mandiri dapat memproses transaksi keuangan saya dengan akurat dan transparan (memberikan informasi yang jelas dan terbuka tentang setiap transaksi)	23	7	76,7%	23,3%
4.	Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri	21	9	70%	30%

	secara keseluruhan				
--	--------------------	--	--	--	--

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pra-survey terhadap pengguna aplikasi Livin' by Mandiri di Kota Semarang, diperoleh gambaran umum bahwa mayoritas responden memiliki persepsi yang positif terhadap aplikasi tersebut. Pada pernyataan pertama, sebanyak 73,3% responden menyatakan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi Livin' by Mandiri berfungsi dengan baik dan mudah digunakan, sementara 26,7% menyatakan sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa nyaman dan terbantu dengan fitur yang disediakan oleh aplikasi. Selanjutnya, pada pernyataan kedua mengenai sistem keamanan, yaitu penggunaan OTP dan verifikasi biometrik, 83,3% responden menilai bahwa fitur keamanan tersebut sudah efektif dalam melindungi data pribadi mereka. Hanya 16,7% yang menyatakan ketidakpuasan. Tingginya angka ini mencerminkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem keamanan Livin' by Mandiri. Pada pernyataan ketiga, 76,7% responden merasa bahwa aplikasi ini mampu memproses transaksi dengan baik serta memberikan informasi yang jelas dan terbuka. Sementara 23,3% masih merasakan kurangnya transparansi dalam penggunaan aplikasi. Dari sisi kepuasan secara keseluruhan, 70% responden menyatakan puas dengan pengalaman mereka menggunakan Livin' by Mandiri, sedangkan 30% lainnya belum merasakan kepuasan penuh. Hal ini mengindikasikan masih diperlukan tindakan strategi untuk mengurangi tingkat ketidakpuasan. Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah meningkatkan efisiensi sistem dengan memperbaiki kinerja aplikasi Livin' by Mandiri agar lebih cepat dan responsif, meningkatkan kualitas layanan pelanggan agar pengguna dapat dengan mudah mendapatkan bantuan, serta memperbaiki fitur-fitur yang masih kurang berfungsi dengan baik. Dengan melakukan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, Livin' by Mandiri dapat meningkatkan kepuasan penggunanya dan mengurangi tingkat ketidakpuasan yang dirasakan oleh 30% responden.

Mobile banking seharusnya diciptakan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi *online*, bukan untuk menyulitkan nasabah. Jika layanan sistem teknologi informasi *mobile banking* telah dirancang secara jelas, praktis, dan informatif, maka pengguna akan merasa *mobile banking* mudah digunakan, sehingga pengguna merasa puas karena mereka tidak perlu mengeluarkan banyak usaha untuk menggunakannya. (Saputro, 2020). Semakin mudah suatu layanan atau aplikasi digunakan, semakin besar kemungkinan mereka akan diterima oleh Masyarakat. Oleh karena itu, sangat penting untuk membuat antarmuka pengguna yang sederhana dan mudah dipahami oleh nasabah. Institusi perbankan harus berkonsentrasi pada pembuatan aplikasi yang ramah pengguna, yang mudah digunakan dan mudah diakses oleh semua usia dan tingkat keahlian teknologi (Antonov et al., 2022).

Hasil penelitian (Amalia & Hastriana, 2022) menunjukkan bahwa variabel kemudahan dalam *mobile banking* memberikan efek positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Ini diartikan bahwa persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan sebuah layanan atau aplikasi sangat membantu pengguna, sehingga pengguna merasakan kepuasan dari pemakaian layanan atau aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian (A. M. Jannah & Hastari, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian (M. R. Jannah & Siregar, 2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *mobile banking*. Hasil penelitian (Shafira et al., 2023) juga menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selain kemudahan penggunaan, keamanan bertransaksi dan data pribadi merupakan faktor penting dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Adanya fitur keamanan dapat melindungi data pribadi dan mencegah dari pencurian identitas, peretasan, dan kejahatan *cyber*. Sebagai contoh serangan *cyber* telah terjadi pada aplikasi *mobile banking* BSI pada tahun 2023. Hal itu tentu membuat nasabah mereka kecewa dan khawatir dengan dana mereka di bank. Oleh sebab itu aplikasi *mobile banking* harus memiliki fitur keamanan yang sangat baik agar nasabah tetap mau menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. (Prahayu, 2023). Institusi perbankan harus memastikan bahwa *mobile banking* mereka memenuhi standar keamanan tertinggi, agar nasabah merasa yakin dan aman untuk menggunakan layanan aplikasi tersebut untuk mengelola keuangan mereka (Antonov et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Amalia & Hastriana, 2022) menemukan bahwa keamanan dalam *mobile banking* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan, yang berarti bahwa keamanan dalam layanan *mobile banking* dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara efektif. Persepsi keamanan merupakan faktor sangat penting, dengan sistem keamanan yang baik dan mumpuni, sehingga nasabah tidak perlu khawatir tentang keamanan data mereka di *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sani et al., 2024) yang menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Keamanan yang dimaksud mencakup jaminan keamanan, kerahasiaan data, pengamanan jaringan, serta informasi layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Septrimadona et al., 2022) dan (Nurdin et al., 2020) yang menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Setelah kemudahan dan keamanan bertransaksi, faktor kepercayaan juga penting untuk keberlanjutan nasabah dalam memanfaatkan produk dan layanan yang disediakan oleh bank. Salah satu indikator sukses sebuah bank berkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Oleh karena itu bank perlu menjalin kepercayaan dengan nasabah agar mereka terus menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Semakin banyak nasabah yang percaya kepada bank, semakin banyak dana yang bisa dihimpun dan dikelola secara efisien, sehingga meningkatkan profitabilitas bank (Jayadi, 2022).

Analisis penelitian (Amanda et al., 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada saat bertransaksi. Ini diartikan bahwa semakin baik layanan ialah yang mampu melindungi data pribadi dan transaksi nasabah saat menggunakan aplikasi *mobile banking*. Hal ini sama dengan temuan (Rahmi et al., 2024) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Utama & Trisnawati, 2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Ini berarti bahwa kepuasan nasabah tidak ditentukan oleh tingkat kepercayaan yang mereka miliki. Hasil penelitian (Gusmana, 2022) juga menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dalam industri perbankan, kepuasan nasabah menjadi hal utama bagi bank untuk memastikan bahwa nasabah merasa terlayani dengan baik. Menurut (Khairi Affandi et al., 2023) Kepuasan nasabah adalah suatu tingkat keadaan yang dialami oleh nasabah sebagai dampak dari perbandingan antara hasil akhir dari produk dan performa Perusahaan yang berhubungan dengan keinginan serta ekspektasi nasabah. Umumnya, perasaan ini baru muncul ketika seseorang merasakan kekecewaan atau kebahagiaan setelah membandingkan harapannya dengan realita yang ada. Nasabah akan merasa tidak puas jika harapan mereka

lebih tinggi daripada kinerja yang didapatkan. Sebaliknya, nasabah akan merasa puas jika kinerjanya sudah memenuhi harapan mereka. Lebih dari itu, nasabah dapat merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi atau sangat puas jika kinerja yang diterima melebihi ekspektasi mereka. Hal itu dapat dijadikan motivasi oleh pihak Bank Mandiri untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi agar nasabah merasa puas dan akan tetap menggunakan layanan dari *mobile banking* Livin by' Mandiri.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan research gap diatas, penulis termotivasi untuk menguji seberapa besar pengaruh kemudahan pengguna, keamanan bertransaksi, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Livin by' Mandiri khususnya pada masyarakat Kota Semarang. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah (studi pada produk Livin' by Mandiri di Kota Semarang)”

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

1. Bagaimana pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang?
2. Bagaimana pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang?
3. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang?

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

1. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Livin' by Mandiri di Kota Semarang.

1.4 Penelitian ini memberikan beberapa manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori kepuasan nasabah dalam konteks aplikasi *perbankan digital*, meningkatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti kemudahan, keamanan, dan kepercayaan, serta menjadi referensi untuk mengembangkan model kepuasan nasabah, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengembangan layanan perbankan *digital* sesuai dengan kebutuhan nasabah

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada Bank Mandiri untuk meningkatkan kualitas layanan Livin' by Mandiri, terutama dalam hal kemudahan, keamanan, dan kepercayaan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, Bank Mandiri dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka.

2. Kajian Pustaka

2.1 Grand Theory

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model teoritis yang dirancang untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan menggunakan sistem informasi. Model ini menjelaskan hubungan antara fitur sistem, persepsi pengguna tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan, serta perilaku penggunaan actual (Davis, 1987). TAM adalah model yang komprehensif untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi. Dengan memahami komponen-komponen utama TAM, pengembang teknologi dapat merancang sistem yang lebih efektif dan mudah digunakan, sehingga meningkatkan kepuasan dan penggunaan teknologi oleh pengguna. Model ini terdiri dari beberapa komponen utama, yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (PU) : Seberapa yakin seseorang bahwa teknologi akan meningkatkan kinerjanya
2. *Perceived Ease of Use* (PEOU) : Seberapa yakin seseorang bahwa teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha besar.
3. *Attitude Toward Using* : Pandangan atau evaluasi afektif seseorang terhadap penggunaan teknologi.
4. *Behavioral Intention to Use* : Keinginan sadar untuk menggunakan teknologi.
5. *Actual System Use* : Tindakan nyata pengguna dalam menggunakan teknologi.
6. *External Variables* : Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penerimaan teknologi, seperti karakteristik sistem, lingkungan organisasi, dan pengalaman pengguna.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat digunakan sebagai kerangka konseptual yang tepat untuk menjelaskan bagaimana kemudahan, keamanan, dan kepercayaan berkontribusi terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri*. Ketiga variabel tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan komponen-komponen utama dalam TAM. Kemudahan berhubungan dengan *Perceived Ease of Use* (PEOU), yaitu persepsi pengguna bahwa aplikasi mudah digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Kepercayaan berkaitan dengan *Perceived Usefulness* (PU), di mana pengguna yakin bahwa aplikasi memberikan manfaat nyata dalam aktivitas keuangan mereka. Sementara itu, keamanan termasuk dalam *external variables* yang memengaruhi kedua persepsi tersebut melalui jaminan perlindungan data, sistem autentikasi, serta rasa aman saat bertransaksi. Ketika ketiga variabel ini dipersepsikan secara positif oleh pengguna, maka akan terbentuk sikap positif terhadap aplikasi, yang mendorong niat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut, dan pada akhirnya menghasilkan penggunaan nyata secara konsisten. Proses penerimaan dan penggunaan ini akan berujung pada tingkat kepuasan nasabah, yang mencerminkan keberhasilan aplikasi dalam memenuhi harapan dan kebutuhan penggunaannya. Oleh karena itu, penerapan TAM dalam penelitian ini memberikan dasar teoritis yang logis dan relevan untuk memahami bagaimana persepsi terhadap kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dapat memengaruhi perilaku serta kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *digital* perbankan seperti *Livin' by Mandiri*.

2.2 Middle Theory

2.2.1 Service Quality Model (SERVQUAL)

Model *SERVQUAL* adalah metode evaluasi yang efektif untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan konsumen, khususnya dalam konteks aplikasi *mobile banking*. Dengan membandingkan harapan pelanggan dengan pengalaman aktual

mereka, model ini membantu penyedia layanan memahami kesenjangan antara apa yang diharapkan dan apa yang diterima (Shi & Shang, 2020). Model *SERVQUAL* memungkinkan penyedia layanan untuk mengetahui perbedaan antara harapan dan pengalaman pelanggan, sehingga mereka dapat menentukan area perbaikan dan menciptakan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan. Model *SERVQUAL* mencakup lima dimensi utama yang krusial untuk meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* :

1. *Tangible* (Bukti Fisik) : Tampilan visual yang menarik dan mudah digunakan dapat meningkatkan pengalaman pengguna.
2. *Reliability* (Keandalan) : Kemampuan berfungsi tanpa gangguan dan akurat sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) : Kecepatan layanan dan bantuan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
4. *Assurance* (Jaminan) : Rasa aman dan percaya yang diberikan sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi dan mengelola keuangan mereka.
5. *Empathy* (Empati) : Perhatian personal yang diberikan kepada nasabah dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta membedakan penyedia layanan dari kompetitor.

Model *SERVQUAL* dapat dijadikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami bagaimana kemudahan, keamanan, dan kepercayaan memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *Livin' by Mandiri*. Kelima dimensi dalam *SERVQUAL*, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, masing-masing memiliki keterkaitan yang relevan dengan variabel-variabel dalam penelitian ini. Dimensi *tangible*, yang mencakup aspek visual dan kemudahan akses antarmuka aplikasi, secara langsung mendukung persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan. Aplikasi yang dirancang secara menarik, responsif, dan mudah dinavigasi akan memberikan kenyamanan bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Selanjutnya, dimensi *assurance* dan *empathy* berkaitan erat dengan aspek keamanan dan pengalaman personal yang dirasakan oleh pengguna. *Assurance* tercermin dari bagaimana sistem mampu memberikan rasa aman melalui fitur keamanan seperti verifikasi OTP dan biometrik, sedangkan *empathy* terlihat dari sejauh mana layanan memperhatikan kebutuhan dan kenyamanan pengguna secara individual. Sementara itu, dimensi *reliability* dan *responsiveness* sangat berperan dalam membangun dan memperkuat kepercayaan nasabah terhadap layanan. Ketika aplikasi dapat diandalkan dan penyedia layanan tanggap terhadap keluhan atau kendala pengguna, maka pengguna akan merasa yakin dan percaya terhadap kinerja sistem. Jika kualitas layanan dalam kelima dimensi tersebut mampu terpenuhi dengan baik, maka akan tercipta rasa puas dan nyaman pada diri nasabah dalam menggunakan layanan *digital* perbankan. Oleh karena itu, *SERVQUAL* menjadi model yang sangat relevan dan tepat digunakan untuk menganalisis serta mengevaluasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam penelitian ini, khususnya dalam konteks penggunaan aplikasi *mobile banking* seperti *Livin' by Mandiri*.

2.3 Applied Operational Theory

2.3.1 Expectation Confirmation Theory (ECT)

Expectation Confirmation Theory (ECT) adalah teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan pengguna terbentuk berdasarkan perbandingan antara harapan awal dan kinerja aktual suatu produk atau layanan. Menurut teori ini, pengguna akan merasa puas apabila layanan yang diterima memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Kemudahan

penggunaan, tingkat keamanan, dan kepercayaan terhadap aplikasi menjadi faktor penting yang membentuk persepsi pengguna. Jika faktor-faktor tersebut sesuai atau melebihi harapan pengguna, maka akan tercipta kepuasan (Oh et al., 2022). Sebaliknya, jika tidak sesuai, pengguna cenderung merasa kecewa. Teori ini relevan untuk memahami dinamika antara harapan dan persepsi nyata pengguna dalam menggunakan layanan digital perbankan.

Menurut *Expectation Confirmation Theory* (ECT) terdapat 2 faktor utama yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna, yaitu:

1. *Expectation* (Ekspektasi)

Harapan awal dari konsumen terhadap produk atau layanan sebelum mereka menggunakannya.

2. *Confirmation* (Konfirmasi)

Perbandingan antara harapan awal dengan pengalaman nyata konsumen setelah menggunakan produk atau layanan.

➤ Langkah-langkah dalam model *Expectation Confirmation Theory* (ECT):

1) *Expectation* (Ekspektasi)

Sebelum memanfaatkan produk atau layanan, konsumen biasanya memiliki ekspektasi tertentu yang didasari oleh pengalaman sebelumnya, saran, iklan, atau informasi lain yang akan mereka akses.

2) *Perceived Performance* (Kinerja yang dirasakan)

Setelah memanfaatkan produk atau layanan, konsumen mengevaluasi kinerja nyata yang dihasilkan dari produk atau layanan tersebut

3) *Confirmation* atau *Disconfirmation*

Konsumen membandingkan hasil kinerja dari produk atau layanan dengan ekspektasi yang telah mereka miliki. Apabila kinerja sejalan atau lebih baik dari harapan, akan ada konfirmasi yang positif. Namun, jika hasilnya dibawah harapan, maka akan terjadi diskonfirmasi yang negatif.

4) *Satisfaction* (Kepuasan)

Hasil dari proses *Confirmation* atau *Disconfirmation* ini berpengaruh pada sejauh mana konsumen merasa puas. Konfirmasi yang baik biasanya berujung pada kepuasan, sementara diskonfirmasi atau penolakan cenderung menyebabkan ketidakpuasan.

Teori *Expectation Confirmation Theory* (ECT) memberikan penjelasan logis mengenai hubungan antara persepsi pengguna terhadap kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dengan kepuasan mereka dalam menggunakan layanan *digital* perbankan, seperti aplikasi *Livin' by Mandiri*. Teori ini menekankan bahwa kepuasan tidak semata-mata ditentukan oleh kualitas layanan yang diberikan, melainkan sangat bergantung pada sejauh mana pengalaman nyata pengguna sesuai atau melebihi harapan awal mereka. Ketika pengguna mengakses aplikasi dengan ekspektasi bahwa layanan akan mudah digunakan, aman, dan dapat dipercaya, maka pengalaman yang mereka alami selama penggunaan akan menjadi tolok ukur dalam mengevaluasi apakah harapan tersebut terpenuhi. Jika pengalaman tersebut sejalan atau melebihi harapan, maka akan terjadi konfirmasi positif, yang menghasilkan kepuasan dan bahkan dapat mendorong loyalitas terhadap aplikasi. Sebaliknya, jika terdapat ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan, maka akan terjadi diskonfirmasi negatif, yang cenderung menimbulkan ketidakpuasan dan kemungkinan beralih ke layanan lain. Oleh karena itu, penyedia layanan seperti *Livin' by Mandiri* perlu secara konsisten memastikan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pengguna, terutama dalam hal

kemudahan akses, sistem keamanan yang andal, dan kepercayaan terhadap kinerja aplikasi, agar dapat membangun kepuasan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

2.4 Mobile banking

Menurut Bank Indonesia (BI) dalam penelitian (Rumaini et al., 2023) layanan *mobile banking* adalah salah satu bentuk pelayanan perbankan yang memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan teknologi internet. *Mobile banking* juga diartikan sebagai proses melakukan transaksi finansial secara *daring*, sebagai perkembangan alami dari *e-banking* yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan lewat perangkat seluler atau *handphone*.

Manfaat yang diperoleh dalam penggunaan *mobile banking*, yaitu:

- 1) Praktis, pengguna dapat melakukan transaksi langsung melalui ponsel dari mana saja dan kapan saja.
- 2) Mudah, dalam melakukan transaksi, kita tidak perlu pergi ke bank secara fisik kecuali saat mendaftar nomor ponsel
- 3) Penggunaan yang ramah, *mobile banking* dirancang sedemikian rupa agar mudah digunakan. Pengguna juga dapat memilih jenis transaksi yang tersedia di menu sehingga dapat melihat transaksi yang ingin digunakan
- 4) Nyaman, pengguna merasa memiliki ATM di tangan mereka, karena semua jenis transaksi yang ada di ATM kini bisa dilakukan melalui *mobile banking*, kecuali penarikan tunai.
- 5) Aman, *mobile banking* dilengkapi dengan sistem perlindungan yang maksimal yang secara otomatis terprogram saat pendaftaran. Setelah itu pengguna dapat menggunakan PIN yang ditentukan sendiri serta nomor ponsel yang didaftarkan.

2.5 Kemudahan

Kemudahan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa mengeluarkan banyak usaha. Jika individu merasakan atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi mudah diakses, mereka akan memanfaatkannya. Sebaliknya, jika individu merasakan atau meyakini bahwa sistem teknologi informasi susah dioperasikan, mereka tidak akan memakainya (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Pernyataan itu sejalan dengan teori Nasution yang menyatakan bahwa karakteristik dari kemudahan penggunaan adalah teknologi mudah digunakan, mudah dipahami, serta mudah dalam pengoperasiannya (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021). Semakin intuitif dan sederhana sebuah sistem, semakin besar kemungkinan pengguna akan menerimanya dan bahkan mengadopsinya secara luas.

Terdapat lima indikator untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan menurut (Mawardani & Dwijayanti, 2021), yaitu :

1. Mudah dipelajari
2. Mudah dikontrol
3. Jelas dan mudah dimengerti
4. Menjadi mahir
5. Mudah digunakan.

2.6 Keamanan

Keamanan dalam *mobile banking* adalah tentang kemampuan bank untuk menjaga kerahasiaan data nasabah dan melindunginya dari akses tidak sah. Keamanan ini sangat penting bagi nasabah untuk merasa yakin dan percaya dalam melakukan transaksi online

melalui *mobile banking*. Risiko keamanan dapat mempengaruhi kepercayaan dan penggunaan layanan *mobile banking* (Sani et al., 2024). Persepsi keamanan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa data pribadi mereka terlindungi dari ancaman atau bahaya, sehingga mereka merasa aman dalam melakukan transaksi atau menggunakan layanan. Keamanan perusahaan perbankan sangat krusial bagi nasabah dan berdampak langsung pada tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan jasa perbankan (V. C. Sari et al., 2024). Semakin tinggi persepsi keamanan nasabah, semakin besar kemungkinan mereka merasa puas dan terus menggunakan layanan *mobile banking*.

Menurut Eriksson et al. dalam (Rusdiana & Kusumadewi, 2024) mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi keamanan dalam sistem *mobile banking*, yaitu :

1. Kerahasiaan (*security*)
2. Integritas (*integrity*)
3. Ketersediaan (*availability*)

2.7 Kepercayaan

Kepercayaan menurut (Khafifa & Aminy, 2025) adalah keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan bisa diandalkan dan dipercaya untuk memenuhi janji mereka. Kepercayaan bukan hanya sekadar janji, melainkan juga persepsi bahwa pihak penyedia selalu konsisten dan dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan. Kepercayaan merupakan persepsi yang dimiliki oleh individu yang meyakini apa yang disampaikan oleh pihak yang dipercayainya dan kepercayaan nasabah adalah jika kualitas layanan yang diberikan baik maka akan menimbulkan rasa percaya pada diri nasabah (Lutfian & Musfiroh, 2022). Kepercayaan juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, Ketika nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap suatu perusahaan atau penyedia layanan, mereka cenderung merasa lebih aman dan dihargai. Kepercayaan ini sering kali dibangun melalui konsistensi dalam kualitas layanan, transparansi, serta responsivitas terhadap kebutuhan dan keluhan nasabah. Dengan adanya kepercayaan, nasabah akan merasa yakin bahwa kepentingan mereka diutamakan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Menurut (Rahmi et al., 2024) persepsi kepercayaan dapat diukur dengan tiga indikator, yaitu :

1. Kehandalan
2. Kepedulian
3. Kredibilitas

2.8 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang diharapkan. Jadi, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada sejauh mana kinerja produk dapat memenuhi harapan mereka (Ismulyaty et al., 2022). Kepuasan nasabah tercermin dalam respon positif mereka, seperti penggunaan berulang atau rekomendasi produk atau jasa kepada orang lain. Ketika pelanggan merasa puas karena produk atau jasa melebihi harapan mereka, mereka cenderung menjadi pelanggan setia dan memberikan dukungan tidak langsung dengan terus menggunakan produk atau jasa tersebut. Tingkat kepuasan konsumen merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya (Rahmi et al., 2024).

Menurut (Indrasari, 2019) dalam (Masili et al., 2022) terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu, sebagai berikut :

1. Kesesuaian harapan, yaitu kesesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja produk atau layanan yang dirasakan.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu nasabah berminat menggunakan kembali produk atau layanan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu nasabah bersedia untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

2.9 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil
1	(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) - Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa keamanan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo, namun kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo.
2	(M. R. Jannah & Siregar, 2024)	Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening	- Kemudahan (X1) - Keamanan (X2) - Tampilan Aplikasi Mobile banking (X3) - Kualitas Layanan (Z) - Kepuasan Nasabah (Y)	Penelitian ini mengungkapkan bahwa keamanan sistem dan tampilan aplikasi melalui kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah <i>mobile banking</i> , sedangkan kemudahan sistem berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah <i>mobile banking</i> .

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel	Hasil
3	(Sani et al., 2024)	Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BPRS Dinar Ashri Pengguna <i>Mobile Banking</i>	- Keamanan (X1) - Kenyamanan (X2) - Kualitas (X3) - Fitur Aplikasi (X4) - Kepuasan Nasabah (Y)	Studi ini menemukan bahwa keamanan, kenyamanan, kualitas, dan fitur aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4	(Amanda et al., 2023)	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Indralaya)	- Kepercayaan (X1) - Kualitas Layanan (X2) - Kepuasan Nasabah (Y)	Temuan studi pada variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan kedua variabel secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah
5	(Rahmi et al., 2024)	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Jayapura)	- Kepercayaan (X1) - Kualitas Layanan (X2) - Kepuasan Nasabah (Y)	Kepercayaan dan kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan aplikasi BSI mobile banking

2.10 Pengembangan Hipotesis

- Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri**
kemudahan pengguna merujuk pada sistem teknologi informasi tidak akan membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan ini akan terbentuk ketika pengguna mencapai tingkat dimana mereka percaya bahwa teknologi sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Husni et al., 2023). Hasil penelitian (Amalia & Hastriana, 2022) menunjukkan bahwa variabel kemudahan dalam *mobile banking* memberikan efek positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Ini diartikan bahwa persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan sebuah layanan atau aplikasi sangat membantu

pengguna. sehingga pengguna merasakan kepuasan dari pemakaian layanan atau aplikasi tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian (A. M. Jannah & Hastari, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan referensi diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 :Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri

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 (Shafira et al., 2023). Penelitian (Amalia & Hastriana, 2022) menunjukkan bahwa variabel keamanan dalam *mobile banking* memberikan efek positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Ini diartikan bahwa persepsi keamanan merupakan faktor sangat penting, dengan sistem keamanan yang baik dan mumpuni, sehingga nasabah tidak perlu khawatir tentang keamanan data mereka di *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sani et al., 2024) yang menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking*. Keamanan yang dimaksud mencakup jaminan keamanan, kerahasiaan data, pengamanan jaringan, serta informasi layanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Merujuk pada referensi diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H2 :Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri

Kepercayaan merupakan suatu perasaan percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan satu sama lain. Kepercayaan seseorang akan timbul karena telah memperoleh suatu kredibilitas dari pihak lain yang memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas (R. A. Sari et al., 2023). Temuan penelitian (Amanda et al., 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada saat bertransaksi. Ini diartikan bahwa semakin baik layanan ialah yang mampu melindungi data pribadi dan transaksi nasabah saat menggunakan aplikasi *mobile banking*. Hal ini sama dengan temuan (Rahmi et al., 2024) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

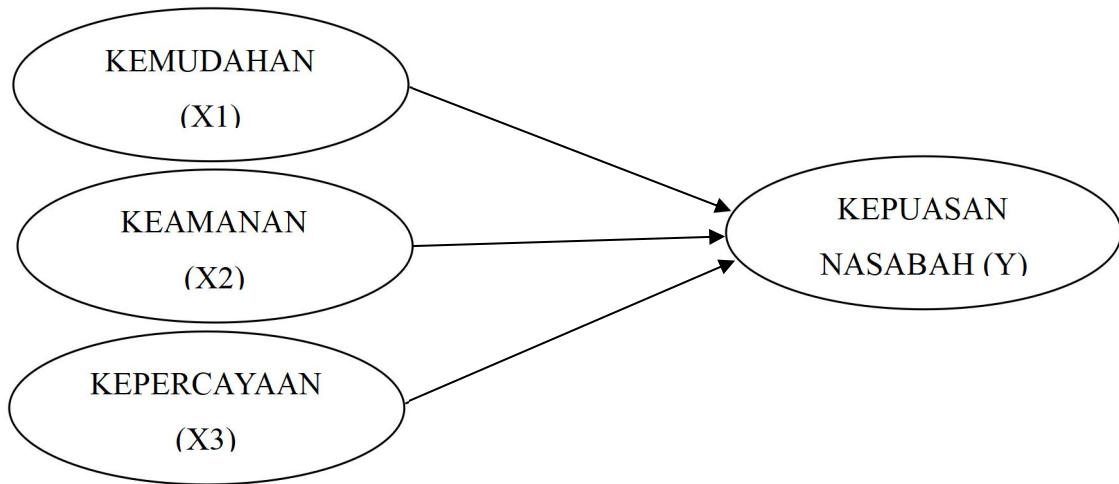
Berdasarkan referensi diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H3 :Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Livin' by Mandiri.

2.11 Kerangka Model

Kerangka model dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Model



3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan metode survei yang melibatkan pengumpulan data, melalui pertanyaan kepada responden tentang pendapat, keyakinan, dan perilaku mereka dalam menggunakan Livin' by Mandiri. Menurut (Sugiyono, 2023) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan dengan menganalisis data statistik pada populasi atau sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian yang terstruktur lalu menganalisisnya secara sistematis untuk menarik kesimpulan yang objektif.

3.2 Populasi

Populasi adalah sekumpulan entitas yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian. Ini bisa berupa manusia, objek, atau fenomena alam yang memiliki atribut yang ingin dipelajari dan dianalisis. Populasi tidak hanya jumlah entitas, tetapi juga keseluruhan sifat dan karakteristik yang melekat pada entitas tersebut, sehingga memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi yang lebih akurat (Sugiyono, 2023). Penelitian ini berfokus pada pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang, yang pada dasarnya jumlah nasabah Bank Mandiri di Kota Semarang diketahui, tetapi karena tidak mendapat izin untuk mendapatkan data jumlah nasabah oleh pihak bank, maka diasumsikan jumlah pengguna Livin' by Mandiri tidak dapat diketahui karena kerahasiaan bank.

3.3 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel merupakan bagian representatif dari populasi yang memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis tanpa harus mengkaji keseluruhan populasi, terutama ketika keterbatasan sumber daya seperti waktu dan biaya. Dengan menggunakan sampel yang diambil dari populasi, peneliti dapat membuat kesimpulan yang relevan (Sugiyono, 2023).

Teknik pengambilan sampel atau teknik *sampling* pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, menurut (Sugiyono, 2023) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

- a. Responden berusia produktif 17 - 52 tahun

- b. Responden memiliki status pendidikan/pekerjaan
- c. Responden berdomisili di Kota Semarang
- d. Responden aktif menggunakan layanan aplikasi Livin' by Mandiri (menggunakan fitur aplikasi atau melakukan transaksi minimal satu kali dalam satu minggu)

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow. Menurut (Sugiyono, 2023) rumus Lemeshow adalah metode statistik untuk menentukan jumlah sampel minimal dalam penelitian dengan menggunakan formula yang mempertimbangkan tingkat kepercayaan, *prevalensi outcome*, dan *margin of error*. Rumus Lemeshow dapat diterapkan dalam penelitian ketika populasi tidak dapat diketahui dengan pasti, rumus serta perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

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

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

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

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

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

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha atau sampling error = 10% (0,01)

Berdasarkan perhitungan diatas didapatkan hasil $96,04 = 97$, maka dibutuhkan data 97 nasabah pengguna aplikasi Livin' by Mandiri sebagai sampel dari penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert yang berisi pertanyaan dengan pilihan jawaban untuk responden yang dikemas dalam bentuk *google form* dan dibagikan secara *online* kepada nasabah pengguna aplikasi Livin by' Mandiri. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi tentang fenomena sosial tertentu yang telah didefinisikan oleh peneliti sebagai variabel penelitian. Variabel ini kemudian dipecah menjadi indikator-indikator yang menjadi dasar penyusunan item-item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan dengan gradasi jawaban dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2023).

Tabel 3.1
Skala Likert (Ghozali, 2021)

Keterangan	Nilai
(Sangat Tidak Setuju) STS	1
(Tidak Setuju) TS	2
(Netral) N	3
(Setuju) S	4
(Sangat Setuju)	5

3.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Tabel 3.2

No	Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Skala Likert
1.	Kemudahan (X1)	Menurut (Mawardani & Dwijayanti, 2021) Kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan tanpa mengeluarkan banyak usaha.	1) Mudah dipelajari 2) Mudah dikontrol 3) Jelas dan mudah dimengerti 4) Menjadi mahir 5) Mudah digunakan (Mawardani & Dwijayanti, 2021)	Skala 1-5
2.	Keamanan (X2)	Menurut (V. C. Sari et al., 2024) keamanan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa data pribadi mereka terlindungi dari ancaman atau bahaya, sehingga mereka merasa aman dalam melakukan transaksi atau menggunakan layanan.	1) Kerahasiaan (<i>security</i>) 2) Integritas (<i>integrity</i>) 3) Ketersediaan (<i>availability</i>) Eriksson et.al. (Rusdiana & Kusumadewi, 2024)	Skala 1-5
3.	Kepercayaan (X3)	Menurut (Khafifa & Aminy, 2025) kepercayaan merujuk pada keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan dapat diandalkan dan dipercaya untuk memenuhi janji mereka.	1) Keandalan 2) Kepedulian 3) Kredibilitas (Rahmi et al., 2024)	Skala 1-5
4.	Kepuasan Nasabah (Y)	Menurut (Ismulyaty et al., 2022) Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang diharapkan.	1) Kesesuaian harapan 2) Minat berkunjung kembali 3) Kesiediaan merekomendasikan (Indrasari, 2019) dalam (Masili dkk, 2022)	Skala 1-5

3.6 Alat Analisis

Data primer yang diperoleh dari kuesioner sejumlah 97 responden akan diujikan dan dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* versi 24. Menurut (Ghozali, 2021) SPSS kepanjangan dari *Statistical Package for Social Sciences*, adalah *software* analisis data yang memungkinkan pengguna melakukan perhitungan statistik parametrik dan non-parametrik dengan basis sistem operasi Windows.

3.7 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis hasil penelitian tanpa membuat kesimpulan yang lebih luas. Analisis ini melibatkan penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram, dan perhitungan statistik dasar seperti mean, median, modus, nilai maksimum, dan minimum (Sugiyono, 2023). Teknik analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menginterpretasikan data responden yang dikumpulkan melalui kuesioner, dengan penyajian data dalam bentuk persentase untuk memperjelas hasil penelitian.

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data primer, yang akan diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS *statistic* dengan metode analisis, yaitu sebagai berikut : uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji koefisien determinasi (R^2), dan Uji Simultan (uji F).

3.8.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana suatu kuesioner valid dan sah dalam mengukur variabel yang ingin diukur. Kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan-pertanyaannya relevan dan mampu mengungkapkan informasi yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu pertanyaan atau indikator dalam kuesioner dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r table pada taraf signifikansi 0,05. (Ghozali, 2021).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah kuesioner dapat diandalkan sebagai alat ukur yang konsisten bagi indikator suatu variabel. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden stabil dan tidak berubah-ubah secara signifikan dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dalam kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha mencapai 0,70 atau lebih (Ghozali, 2021).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah residual dalam model regresi memiliki distribusi normal, hal ini penting karena uji statistik seperti t dan F mengasumsikan normalitas residual. Jika residual tidak terdistribusi normal, maka hasil uji statistik menjadi tidak akurat, terutama pada sampel kecil. Variabel residual berdistribusi normal apabila nilai $Asymp.Sig > 0,05$ (Ghozali, 2021).

2. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang ideal adalah yang tidak memiliki korelasi antar variabel independen, karena jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak ortogonal. Seharusnya variabel bersifat ortogonal dengan nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi multikolineritas, dapat dilihat dari nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolineritas antar variabel independen (Ghozali, 2021).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antar pengamatan. Jika varians residual konstan, maka disebut homoskedastisitas, jika varians residual berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Jika signifikansi variabel independen lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditentukan 5%, maka hal ini dapat mengindikasikan adanya heteroskedastisitas, begitu sebaliknya jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model analisis yang melibatkan lebih dari satu variabel independen untuk memprediksi variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan arah hubungannya (Ghozali, 2021). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yang meliputi: Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan. Dengan satu variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah. Berikut rumus analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam pengujian hipotesis:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

y = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien regresi

$x_1x_2x_3$ = Kemudahan, keamanan dan kepercayaan

e = *Error term*

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dan mempertimbangkan nilai signifikansi α . Jika t-hitung > t-tabel dengan nilai signifikan nilai $\alpha < 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika t-hitung < t-tabel dan nilai signifikan $\alpha > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh signifikan (Ghozali, 2021).

2. Goodness Of Fit Model

a. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien atau R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Pada umumnya, nilai R^2 untuk data silang (*cross-section*) cenderung rendah karena variasi antar pengamatan yang besar, sedangkan data runtun waktu (*time series*) biasanya memiliki nilai R^2 yang tinggi (Ghozali, 2021).

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya menurut (Ghozali, 2021) adalah:

- Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima (variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).
- Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_o diterima (variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen).