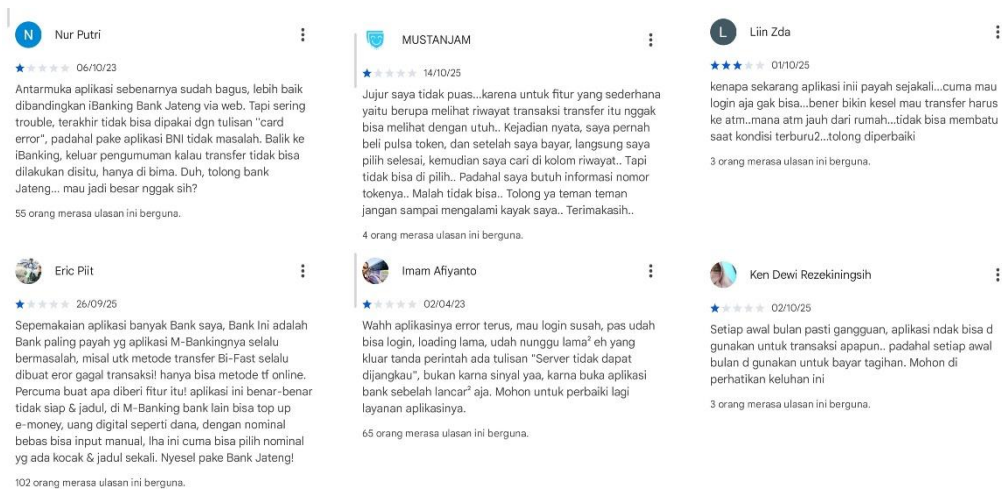


1.1 Pendahuluan

Di era saat ini, persaingan antar perusahaan sangat ketat, tetapi sebagian besar perusahaan menawarkan produk atau layanan yang hampir identik dengan pesaing mereka. Untuk membedakan diri dari pesaing, perusahaan dituntut untuk memberikan layanan yang unggul Muhamad Rafli, (2024). Kemajuan teknologi yang cepat memengaruhi hampir seluruh aktivitas manusia, termasuk sektor ekonomi dan perbankan. Transaksi dan pencarian data menggunakan teknologi informasi seperti internet. Dengan menawarkan layanan elektronik seperti perbankan internet, perbankan mobile, dan perbankan SMS, sektor perbankan juga memanfaatkan kemajuan ini Fitrianih & Hidayatullah, (2025). Hal ini menjadi kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya, yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM Kota & Kusumastuti, (2022). Sektor perbankan ialah salah satu sektor yang memanfaatkan pertumbuhan teknologi informasi yang semakin maju, terutama dalam memfasilitasi pelayanan bagi nasabah mereka. *Electronic banking* ialah pelayanan perbankan yang meliputi beragam macam layanan, seperti internet banking, *mobile banking*, SMS banking, dan *phone banking*. Pelayanan tersebut begitu berperan dalam membagikan kemudahan nasabah ketika mendapatkan informasi dan melaksanakan tiap-tiap transaksi perbankan (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas pelayanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi finansial secara *real time*, *Mobile banking* merupakan terobosan yang menarik karena dapat dilakukan 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah dapat mengakses *mobile banking* dengan menggunakan internet smartphone Kota & Kusumastuti, (2022). Inovasi teknologi menguntungkan sektor perbankan yang selalu membutuhkan layanan cepat dan berkualitas untuk kelangsungan hidupnya. Inovasi tersebut menghasilkan transformasi lengkap dari sistem perbankan, dengan standar dan peraturan baru yang mengubah seluruh penawaran perbankan. *Mobile banking* atau *m-banking* merupakan inovasi terbaru di bidang perbankan dan keuangan Muhamad Rafli, (2024). Bima *mobile* adalah layanan *mobile banking* resmi dari Bank Jateng. Hadir melangkah dengan fitur lebih banyak, lebih optimal dan nyaman digunakan. Bank Jateng berusaha untuk semakin baik dimasa depan memberikan pilihan fasilitas layanan baru dalam aplikasi berbasis *mobile* yang nyaman dan aman (www.bankjateng.co.id). Menurut Kota & Kusumastuti, (2022) Layanan pada *mobile banking* meliputi: transaksi finansial, transaksi non finansial, transfer dana, cek saldo tarik tunai tanpa kartu maupun menggunakan seluruh *delivery channel* milik bank, transfer uang, pembayaran, mutasi rekening, investasi, yang terbaru seperti transaksi QR, dan berbagai fitur lainnya yang ke depannya akan semakin berkembang seiring memenuhi kebutuhan nasabah agar lebih mudah dalam urusan perbankan.

Namun demikian, dalam penggunaan *mobile banking* dapat dilihat dari tingkat keamanannya tidaklah seaman seperti yang dibayangkan, karena penggunaan *mobile banking* juga memiliki keterbatasan seperti di saat terjadinya gangguan jaringan maka akses melalui *mobile banking* akan terhambat, Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *mobile banking*, karena jika koneksi internet kurang baik maka secara otomatis nasabah akan kesulitan saat mengaksesnya, kemudian tingkat keamanannya juga *relatife* kurang terjamin, hal ini banyak kasus yang terjadi sehari-hari seperti pembobolan tabungan nasabah melalui ATM yang dilakukan oleh pihak-pihak tertentu yang merugikan nasabah/pelanggan.



Gambar 1 Keluhan Pengguna Bima Mobile

Sumber: Goggle play store

Pada gambar 1 terlihat komentar di Play Store, di mana pengguna memberikan berbagai keluhan mengenai aplikasi bima mobile. Keluhan-keluhan tersebut memberikan gambaran langsung tentang pengalaman dan perasaan pengguna terhadap layanan Bima Mobile, terutama terkait berbagai aspek teknis dan fungsionalitas aplikasi. Dalam beberapa komentar yang disorot, pengguna melaporkan tantangan yang mereka hadapi saat menggunakan aplikasi Bima Mobile. Beberapa masalah utama yang sering muncul antara lain ketidakstabilan aplikasi, di mana aplikasi sering mengalami gangguan teknis dan tidak dapat berjalan lancar, banyak pengguna melaporkan transaksi yang gagal saat mencoba berbagai aktivitas perbankan, seperti transfer uang, pembayaran, atau cek saldo. Kesalahan sistem yang tiba-tiba juga sering dikeluhkan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem dasar aplikasi masih perlu ditingkatkan untuk memastikan kelancaran operasional dan meminimalkan masalah. Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun Bima Mobile menawarkan fitur yang lebih lengkap dan diharapkan dapat memberikan pengalaman pengguna yang nyaman dan optimal, layanan ini masih menghadapi tantangan dalam memenuhi harapan pelanggan. Masalah teknis ini dapat mengurangi kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital ini. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengelola layanan untuk melakukan perbaikan yang signifikan agar aplikasi lebih mudah diakses, stabil, dan mampu

memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Sebelum melakukan penelitian utama, dilakukan pra survei di bank Jateng untuk memperoleh gambaran awal mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna Bima Mobile. Pra survei ini berguna untuk memastikan bahwa variabel-variabel yang akan diukur, seperti kenyamanan penggunaan, kualitas layanan, dan inovasi digital, relevan dan mampu menjelaskan sebagian besar variabilitas dalam kepuasan nasabah.

Menurut Wijayanti, (2024) Kenyamanan didefinisikan sebagai kecepatan dan kemudahan, dimana fleksibilitas ruang, fleksibilitas *website*, dan ketersediaan barang melalui *platform* online menjadi hal yang utama untuk menciptakan kenyamanan pelanggan. Menurut Khotijah et al., (2022) kenyamanan dalam transaksi layanan penting bagi nasabah untuk mempertimbangkan *mobile banking* sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan. Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan *mobile banking* berkaitan dengan kemudahan menggunakan. Karena, jika semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi melalui *mobile banking*. Terdapat dimensi kenyamanan yaitu kenyamanan akses, kenyamanan transaksi dan kenyamanan setelah memperoleh manfaat. *Mobile banking* memberikan fleksibilitas waktu dan tempat, memungkinkan transaksi mudah melalui *smartphone*, kecuali penarikan tunai yang memerlukan ATM. Ini menciptakan pengalaman praktis dan efisien, membebaskan nasabah dari keterbatasan aktivitas perbankan. Mobile banking juga menyediakan akses mudah ke informasi produk dan layanan perbankan, memperkaya pengetahuan nasabah Anisa & Rumanto, (2024). Ini sejalan dengan penelitian Fitrianih & Hidayatullah, (2025) dan Susilawaty & NicolaNicola, (2020) yang menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking.

Layanan perbankan digital merupakan sebuah aktivitas atau penyediaan layanan perbankan yang memanfaatkan sistem elektronik atau digital yang dimiliki oleh bank, calon nasabah, atau nasabah itu sendiri, di mana seluruh proses tersebut berlangsung secara otomatis dan mandiri. Perbankan digital mempermudah nasabah mengakses layanan perbankan, termasuk pembuatan rekening dan pendaftaran, melakukan pembayaran, e-commerce, mendapatkan pinjaman, investasi, hingga mengelola keuangan dengan cara yang cepat dan efisien. Menurut Nuhidayah et al., (2025) bank yang menyediakan fitur-fitur baru seperti program promosi, cashback, dan diskon melalui m-banking dapat memperkuat ikatan dengan pelanggan. Dengan adanya penawaran yang secara langsung memberikan keuntungan finansial kepada pengguna, pelanggan akan merasa lebih dihargai dan terdorong untuk terus memanfaatkan layanan tersebut. Pelayanan yang cepat tanggap dan adanya fitur keamanan canggih seperti otentikasi dua faktor memberikan rasa aman serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bank secara signifikan. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan dan pengalaman nasabah. Ini sejalan dengan penelitian Susanti, (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Yusuf et al.

(2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu penelitian Khotijah et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking.

Inovasi teknologi menguntungkan sektor perbankan yang selalu membutuhkan layanan cepat dan berkualitas untuk kelangsungan hidupnya. Inovasi tersebut menghasilkan transformasi lengkap dari sistem perbankan, dengan standar dan peraturan baru yang mengubah seluruh penawaran perbankan. Mobile banking atau m-banking merupakan inovasi terbaru di bidang perbankan dan keuangan Muhamad Rafli, (2024). Fenomena ini juga mendorong perbankan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat. Beberapa bank besar di Indonesia telah merespon dengan mendirikan unit usaha atau anak perusahaan yang fokus pada pengembangan, bank-bank yang mampu mengintegrasikan teknologi fintech ke dalam operasional mereka, sambil tetap mempertahankan keunggulan kompetitif mereka dalam hal skalabilitas dan kepercayaan nasabah, akan berada dalam posisi yang kuat untuk berkembang di era digital. Penting bagi perbankan untuk terus beradaptasi dan berinovasi, sambil tetap menjaga prinsip kehati-hatian dan manajemen risiko yang prudent dalam menghadapi dinamika industri keuangan yang terus berubah Tsakila, Wirahadi, Fadilah, & Simanjuntak, (2024). Penelitian Susilawaty & NicolaNicola, (2020) menunjukkan bahwa inovasi perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah. Selain itu penelitian Tsakila, Wirahadi, Fadilah, & Simanjuntak, (2024) menunjukkan bahwa fintech memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja dan inovasi perbankan di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah a) Bagaimana pengaruh kenyamanan pengguna Bima Mobile terhadap kepuasan nasabah?, b) Bagaimana kualitas layanan Bima Mobile mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah?, c) Bagaimana pengaruh inovasi perbankan digital terhadap kepuasan nasabah?. Oleh karena itu, berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah a) Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan penggunaan Bima Mobile terhadap kepuasan nasabah, b) Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan Bima Mobile terhadap kepuasan nasabah, c) Untuk menganalisis pengaruh inovasi perbankan digital terhadap kepuasan nasabah.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kenyamanan Penggunaan

Teori kenyamanan pengguna berakar dari teori (TAM) dan teori persepsi kemudahan (Perceived Ease of Use) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini menyatakan bahwa persepsi kenyamanan dalam menggunakan mobile banking akan meningkatkan tingkat adopsi dan kepuasan pengguna. Dalam konteks mobile banking, kenyamanan digunakan sebagai faktor yang mempengaruhi persepsi positif terhadap layanan, yaitu kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan pengalaman yang menyenangkan saat bertransaksi di platform digital. Semakin tinggi tingkat kenyamanan penggunaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna.

LIENY et al., (2021) Menyatakan bahwa kenyamanan adalah sejauh mana kepercayaan nasabah terhadap penggunaan mobile banking dapat melayani kebutuhannya sehingga timbul rasa nyaman. Kenyamanan dalam transaksi layanan penting bagi nasabah untuk mempertimbangkan mobile banking sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan. Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan mobile banking berkaitan dengan kemudahan menggunakan. Karena, jika semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi melalui mobile banking Khotijah et al., (2022). Kenyamanan mencerminkan kemudahan akses serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Aplikasi mobile banking yang dirancang secara optimal mampu memberikan pengalaman pengguna yang positif dan efisien Fitrianih & Hidayatullah, (2025). Hal ini sejalan dengan Teori TAM (Davis, 1989), kenyamanan dalam menggunakan mobile banking meliputi kemudahan akses, transaksi yang mudah dan cepat, serta pengalaman yang menyenangkan. Ketika nasabah merasa nyaman dengan kemudahan bertransaksi, kemudahan navigasi, dan akses kapan saja serta di mana saja, maka persepsi mereka terhadap layanan cenderung positif. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kenyamanan adalah bentuk kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui platform online yang menjadi penentu bagi pelanggan untuk menggunakan layanan perbankan (Wijayanti, 2024).

2.2 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dunia perbankan merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengutamakan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu suatu kualitas pelayanan yang bermutu adalah kualitas pelayanan yang akan membuat pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga secara langsung dapat membuat pelanggan menjadi loyal dan akan tetap setia terhadap perusahaan Muhamad Rafli, (2024). Kualitas layanan telah dikenal sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah Susanti, (2023). Pada umumnya kepuasan yang tinggi lebih sering terwujud akibat dari layanan yang tinggi dan dapat diindikasikan dengan dilakukannya pembelian ulang. Layanan yang diwujudkan dalam perilaku seorang produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hingga tercapainya kepuasan konsumen (Triyanti et al., 2021). Menurut Teori SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985), Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan karena memenuhi harapan dan kebutuhan mereka melalui aspek kecepatan, keakuratan, dan keandalan layanan. Layanan memenuhi atau melampaui harapan nasabah, maka mereka akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas layanan rendah, persepsi ketidakpuasan akan muncul. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah karena memenuhi kebutuhan dan harapan mereka terhadap layanan yang diberikan.

2.3 Inovasi Perbankan Digital

Menurut E. B. Yusuf et al. (2023) Inovasi berkaitan dengan kata memperbaharui, mengubah, serta proses pembuatan produk maupun melakukan sesuatu pekerjaan menjadi efektif. Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah menciptakan disrupsi signifikan dalam industri perbankan, mendorong bank-bank konvensional untuk melakukan inovasi dan adaptasi agar tetap kompetitif. Sebagai respons terhadap tantangan ini, perbankan di Indonesia telah melakukan berbagai upaya transformasi digital yang komprehensif Tsakila, Wirahadi, Fadilah, Simanjuntak, et al., (2024). Sejalan dengan perkembangan ini, tentunya kepuasan nasabah menjadi prioritas utama untuk dapat memertahankan nasabah agar tidak pindah ke bank lainnya. Untuk itu bank dituntut untuk mampu berinovasi memberikan layanan terbaik bagi para nasabahnya Susilawaty & NicolaNicola, (2020). Perbankan semakin mengandalkan aplikasi mobile banking untuk menjangkau nasabah. Inovasi ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memberikan pengalaman perbankan yang lebih cepat, aman, dan efisien (Nuraini, 2023). Teori Diffusion of Innovation (Rogers, 1962) menunjukkan bahwa adopsi inovasi teknologi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memberikan keunggulan kompetitif. Inovasi dalam layanan digital, seperti fitur-fitur baru, keamanan canggih, dan kenyamanan akses, memperkaya pengalaman nasabah dan memudahkan aktivitas perbankan. Jika inovasi ini sesuai dengan kebutuhan nasabah dan mampu meningkatkan efisiensi transaksi, maka persepsi mereka terhadap layanan bank akan lebih positif dan meningkatkan kepuasan. Teori (TAM) juga relevan dalam memahami inovasi digital karena menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat teknologi mempengaruhi tingkat adopsi dan kepuasan pengguna. Inovasi digital yang dianggap mudah digunakan dan bermanfaat dapat meningkatkan rasa puas terhadap produk dan layanan perbankan digital. Dengan kata lain semakin tinggi tingkat inovasi perbankan digital maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah pengguna mobile banking.

2.4 Kepuasan Nasabah

Menurut Astuti et al., (2020) Kepuasan merupakan suatu kondisi yang menggambarkan perasaan nasabah senang atau kecewa tentang kinerja suatu produk atau layanan. Hal tersebut muncul ketika nasabah telah membandingkan manfaat dan kesan dari suatu produk yang sudah digunakan. Apabila layanan *mobile banking* yang digunakan nasabah dapat memberikan manfaat dan telah memenuhi harapan maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya apabila layanan *mobile banking* tidak dapat memenuhi harapan maka nasabah akan merasa tidak puas. Kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking (m-banking) merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas mereka terhadap bank. Ketika nasabah merasa puas dengan pengalaman penggunaannya, baik dari segi kemudahan, kecepatan, maupun kenyamanan dalam bertransaksi, mereka cenderung untuk tetap setia dan terus menggunakan layanan tersebut. Fasilitas m-banking yang intuitif dan responsif, seperti kemampuan untuk melakukan transfer,

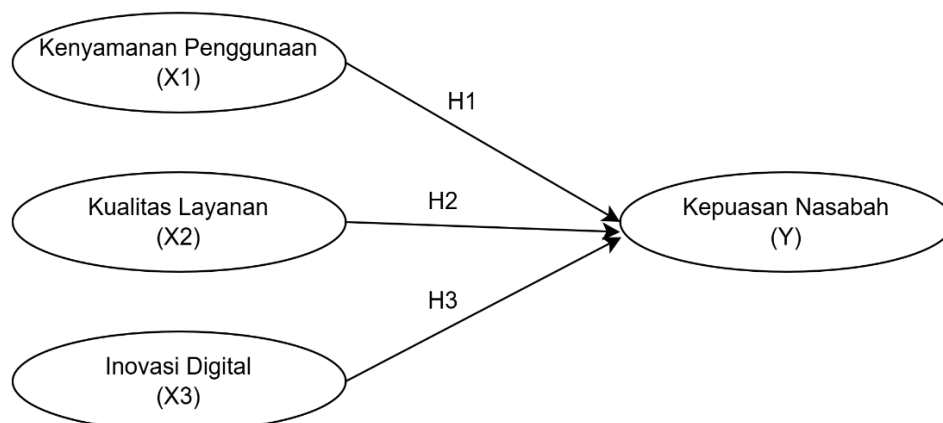
pembayaran tagihan, dan pembelian dengan cepat dan mudah, berkontribusi besar terhadap kepuasan nasabah (Nuhidayah et al., 2025).

2.5 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Susilawaty & NicolaNicola, 2020)	Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan	Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel independen yang terdiri dari kenyamanan, kualitas fungsional, digital banking service quality, merek/kepercayaan, employee customer engagement, dan inovasi perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah.
2.	(Yunus et al., 2023)	Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Layanan Digital Banking Quality, Kepercayaan dan Inovasi Perbankan Terhadap Loyalitas Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital banking service quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Inovasi perbankan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3.	(M. Yusuf et al., 2023)	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Digital Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pekalongan Pemuda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4.	(Muhamad Rafli, 2024)	Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah.

No	Nama Peneliti dan tahun	Judul	Hasil Penelitian
		Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Livin Mandiri	
5.	(Fitrianih & Hidayatullah, 2025)	Digital Experience dalam Perbankan Syariah: Pengaruh Layanan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

2.6 Model Penelitian



Gambar 2.
Model Penelitian

2.7 Pengembangan Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Kenyamanan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh kenyamanan penggunaan terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada kerangka teori Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kenyamanan berperan penting dalam menentukan sikap dan niat penggunaan teknologi. Menurut teori teknologi dan perilaku pengguna, kenyamanan yang dirasakan saat berinteraksi dengan sistem digital sangat menentukan persepsi pengguna terhadap pengalaman mereka secara keseluruhan. Kenyamanan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kemudahan akses, kecepatan transaksi, tampilan antarmuka yang user-friendly, serta kehandalan sistem dalam menjalankan berbagai fungsi. Ketika sebuah aplikasi mobile banking mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan, nasabah

akan merasa lebih puas karena transaksi dapat dilakukan dengan mudah tanpa hambatan, risiko kegagalan transaksi minim, dan prosesnya efisien serta nyaman. Kenyamanan mencerminkan kemudahan akses serta fleksibilitas dalam melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Aplikasi mobile banking yang dirancang secara optimal mampu memberikan pengalaman pengguna yang positif dan efisien Fitrianih & Hidayatullah, (2025). Menurut Finannafi'ah & Witono, (2022) kenyamanan merupakan ketika seseorang meyakini bahwa kegiatan memakai suatu sistem dianggap sangat menyenangkan. Jika memakai suatu sistem dirasakan menyenangkan maka pengguna akan terdorong untuk memakai sistem tersebut secara terus menerus. Kenyamanan dalam bertransaksi penting untuk nasabah dalam mempertimbangkan mobile banking sebagai faktor utama dalam penggunaan layanan perbankan Wijayanti, (2024). Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan mobile banking berkaitan dengan kemudahan menggunakan mobile banking. Karena, jika semakin tinggi persepsi kemudahan maka semakin tinggi pula kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi melalui mobile banking Khotijah et al., (2022). Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kenyamanan adalah bentuk kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui platform online yang menjadi penentu bagi pelanggan dalam penggunaan layanan perbankan (Wijayanti, 2024).

Kenyamanan dalam memanfaatkan layanan perbankan mobile, seperti akses yang mudah, transaksi yang cepat, dan pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna, sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Semakin besar anggapan kenyamanan nasabah terhadap aplikasi Bima Mobile, maka mereka cenderung merasa lebih puas dengan layanan yang tersedia. Penelitian yang dilakukan oleh Susilawaty & NicolaNicola, (2020) menemukan bahwa kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Kenyamanan Penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking

2.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan dalam konteks perbankan digital tidak hanya terbatas pada kecepatan proses, tetapi juga meliputi faktor keandalan, keamanan, keakuratan, dan keramahan pengguna. Dalam dunia yang serba cepat dan penuh ketidakpastian, nasabah cenderung menuntut tingkat layanan yang tinggi agar merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi keuangan secara digital. Ketika bank mampu menyampaikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan melalui sistem yang handal dan responsif, maka dapat dipastikan bahwa tingkat kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Kualitas layanan yang konsisten dan berkualitas tinggi mampu menciptakan rasa percaya dan loyalitas dari nasabah, serta mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.

Kualitas layanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diikuti kecermatan dalam menyampaikannya supaya dapat menyamai apa yang menjadi hasrat konsumen Wijayanti, (2024). Adanya kemudahan layanan dalam mobile banking diharapkan nasabah akan memperoleh kepuasan menggunakan berbagai macam produk dan jasa yang diberikan oleh pihak bank Triyanti et al., (2021). Kualitas layanan telah dikenal sebagai salah satu faktor

utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas layanan ini mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan dalam melayani nasabah, ketepatan dan keandalan layanan, serta kemudahan dalam melakukan transaksi (Susanti, 2023). Pada umumnya kepuasan yang tinggi lebih sering terwujud akibat dari layanan yang tinggi dan dapat diindikasikan dengan dilakukannya pembelian ulang. Layanan yang diwujudkan dalam perilaku seorang produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen hingga tercapainya kepuasan konsumen Triyanti et al., (2021). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Susanti, (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

2.7.3 Pengaruh Inovasi Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin melek teknologi, bank di seluruh dunia harus mampu berinovasi agar tetap kompetitif dan relevan. Inovasi ini tidak hanya terkait dengan pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup inovasi proses dan inovasi layanan yang mampu meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Fitur-fitur baru yang inovatif, seperti pembayaran digital yang lebih cepat, integrasi teknologi AI, fitur keamanan yang canggih, serta antarmuka yang lebih intuitif dan menarik, memungkinkan nasabah melakukan transaksi dengan lebih nyaman, aman, dan efisien. Dengan tingkat inovasi yang tinggi, nasabah akan merasa bahwa layanan yang disediakan mampu memenuhi kebutuhan mereka yang selalu berkembang serta menyesuaikan dengan tren teknologi terbaru.

Menurut E. B. Yusuf et al., (2023) inovasi berkaitan dengan kata memperbaharui, mengubah, serta proses pembuatan produk maupun melakukan suatu pekerjaan menjadi lebih efektif. Inovasi yang dimaksud termasuk inovasi produk, inovasi layanan dan inovasi sebuah proses. Seiring dengan berkembangnya teknologi smartphone, perbankan semakin mengandalkan aplikasi mobile banking untuk menjangkau nasabah. Inovasi ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memberikan pengalaman perbankan yang lebih cepat, aman, dan efisien Nuraini, (2023). Sejalan dengan perkembangan ini, tentunya kepuasan nasabah menjadi prioritas utama untuk dapat mempertahankan nasabah agar tidak pindah ke bank lainnya, untuk itu bank dituntut untuk mampu berinovasi Susilawaty & NicolaNicola, (2020). Hal ini didukung oleh penelitian Yunus et al., (2023) yang menunjukkan bahwa inovasi perbankan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H3 : Inovasi perbankan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank Jateng di kota Semarang yang menggunakan bima mobile.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, (2019) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow. Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui. Adapun jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

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

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung dengan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,3416 \cdot 0,25}{0,01} \\ n &= 96,04 = 97 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow diatas, nilai sampling (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 97 orang.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik sampling dengan mempertimbangkan kriteria – kriteria tertentu. Berikut merupakan kriteria sampel dalam penelitian ini.

1. Pengguna Bima Mobile
2. Usia 17 – 45
3. Berdomisili di Semarang

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang disebarakan disebarakan menggunakan google form, dengan tujuan untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan terkait dengan variabel penelitian. Data yang diperoleh selanjutnya akan diolah menggunakan perangkat lunak SPSS yang selanjutnya akan dianalisa.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik pengumpulan data berupa survei dalam bentuk kuesioner yang disebarakan pada nasabah bank Jateng pengguna mobile banking. Type pernyataan dalam kuesioner bersifat tertutup, yakni pernyataan yang mengharapkan jawaban singkat atau responden diminta memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan. peneliti juga

akan menggunakan skala ordinal untuk jawaban responden dari kuesioner sebagai pengolah data. Skala ordinal menggunakan perhitungan model skala likert. Skala likert adalah metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu. Skala likert yang digunakan peneliti memiliki 5 bagian interval yaitu 1-5.

Tabel 3.1
Penilaian Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

3.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah, variabel independen terdiri dari kenyamanan penggunaan (X1), inovasi perbankan digital (X2), dan kualitas layanan (X3). Berikut dijabarkan definisi konsep dan operasional variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut :

Table 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan merupakan suatu kondisi yang menggambarkan perasaan nasabah senang atau kecewa tentang kinerja suatu produk atau layanan (Astuti et al., 2020).	1. Kesesuaian harapan pengguna 2. Penilaian keseluruhan layanan dari pengguna yang diterima 3. Hasil kinerja layanan yang diterima (Wijayanti, 2024)	Skala Likert 1-5
2.	Kenyamanan Penggunaan (X1)	kenyamanan adalah sejauh mana kepercayaan nasabah terhadap penggunaan mobile banking dapat melayani kebutuhannya sehingga timbul rasa	1. Kenyamanan transaksi 2. Kenyamanan akses 3. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat	Skala Likert 1-5

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
		nyaman (LIENY et al., 2021).	(Wijayanti, 2024)	
3.	Inovasi Perbankan Digital (X2)	Inovasi berkaitan dengan kata memperbaharui, mengubah, serta proses pembuatan produk maupun melakukan sesuatu pekerjaan menjadi efektif (E. B. Yusuf et al., 2023).	1. Pemanfaatan teknologi 2. pengembangan layanan dan produk (E. B. Yusuf et al., 2023)	Skala Likert 1-5
4.	Kualitas Layanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Muhamad Rafli, 2024).	1. Keandalan (reliabilitas) 2. Kecepatan (speed) 3. Akurasi (accuracy) (M. Yusuf et al., 2023)	Skala Likert 1-5

Sumber : Berbagai penelitian terdahulu 2020 – 2024

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model *statistical package for social sciences* (SPSS) versi 27 dan menerapkan uji kelayakan data, uji asumsi klasik, uji hipotesis.

3.6.1 Uji Kelayakan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya data dari hasil kuesioner. Dilakukan dengan korelasi bivariate dan menghasilkan nilai signifikansi pada pearson produc moment correlation. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dari kuesioner mampu untuk mengukur sesuatu yang ingin di ukur. Jika validitas pada setiap butir pertanyaan memiliki tingkat signifikansi 5%, jika signifikansi < 0,05 maka pertanyaan dapat dikatakan tidak valid (Ghozali, 2021).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas, suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten secara keseluruhan. Dalam SPSS untuk menguji reliabilitas menggunakan uji statistik

Cronbach Alpa. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpa > 0,70 (Ghozali, 2021).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Adalah uji untuk mengetahui data distribusi normal. Untuk mengetahui data terdistribusi normal menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Dan dapat dikatakan suatu data terdistribusi normal jika nilai signifikansi Asymp.sig. > 0,05, sedangkan jika nilai 11 signifikansi Asymp.sig. < 0,05 data tersebut tidak berdistribusi dengan normal (Ghozali, 2021).

2. Uji Multikolienaritas

Digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independent. Model yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Metode yang digunakan adalah metode Tolerance dengan nilai tolerance > 0,1 dengan metode variance inflation factor (VIF) dengan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2021).

3. Uji Heteroskedasitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan model regresi. Jika residual konstan setiap pengamatan, maka dapat dikatakan homoskedasitas, jika sebaliknya disebut heteroskedasitas dan model yang diharapkan adalah homoskedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Uji yang dilakukan pada uji heteroskedasitas ini adalah uji Glejser. Jika hasil uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan homoskedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas, sedangkan jika hasil yang diperoleh < 0,05 maka dikatakan heteroskedasitas (Ghozali, 2021).

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah analisis regresi dengan dua atau lebih variabel independent, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan arah dan besarnya pengaruh variabel independen. Formula analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan :

Y = dependen variabel

a = konstanta

β = koefisien regresi

X₁ = kenyamanan penggunaan

X₂ = kualitas layanan

X_3 = inovasi perbankan

3.6.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t, digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Syarat dari uji t sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen

2. Uji F

Uji f, digunakan untuk mengetahui variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara serentak terhadap variabel dependen. Jika hasil yang dihasilkan dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama. Sedangkan jika menghasilkan nilai $> 0,05$ maka dapat dikatakan variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai yang digunakan adalah nilai Adjusted R^2 nilainya antara 0 dan 1, jika diperoleh lebih dari 0,5 atau mendekati angka 1 maka model mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik