

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN BIMA MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SEMARANG)

Dina Izzatul Maula
12221788

Program Studi Manajemen Universitas BPD
dinaizzatul10@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam sektor perbankan. berkembangnya teknologi informasi mampu mendorong lembaga keuangan menghadirkan inovasi yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan kepada nasabah. Salah satunya inovasi yang berkembang pesat adalah *mobile banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Trust*, dan Kemudahan Penggunaan Bima Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan nasabah pengguna aplikasi Bima Mobile di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kemudahan Penggunaan Bima Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

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

Abstract

The advancement of digital technology has brought significant changes in the banking sector. The development of information technology has encouraged financial institutions to introduce innovations that provide convenience, speed, and comfort to customers. One of the rapidly developing innovations is mobile banking. This study aims to determine the Effect of E-Service Quality, E-Trust, and Ease of Use of Bima Mobile on Customer Satisfaction (Study at the Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Semarang City). This research method uses a quantitative method. The population in this study were customers who use the Bima Mobile application at Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Semarang city. The sample taken was 50 respondents. The results of this study indicate that E-Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, E-Trust has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, and Ease of Use of Bima Mobile has a positive and significant effect on Customer Satisfaction.

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

1. Pendahuluan

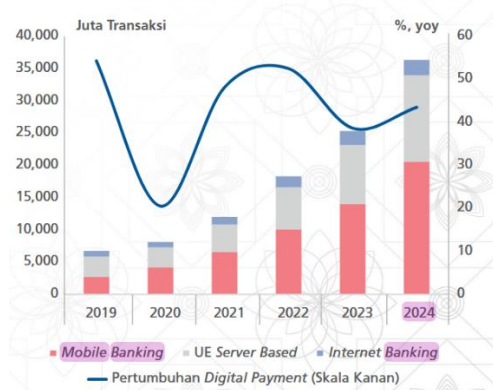
1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam sektor perbankan. Berkembangnya teknologi informasi mampu mendorong lembaga keuangan untuk menghadirkan inovasi yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan

kenyamanan kepada nasabah. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah *mobile banking*, yakni layanan perbankan melalui aplikasi pada perangkat seluler yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi finansial tanpa harus datang ke kantor. *mobile banking* ini menjadi salah satu kebutuhan utama dalam aktivitas keuangan masyarakat.

Mobile banking menjadi penunjang penting bagi masyarakat umum, tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi melainkan digunakan untuk mendukung kelancaran aktivitas ekonomi, baik skala individu, usaha kecil, maupun Instansi. Fasilitas yang tersedia, seperti transfer, pembayaran tagihan, pembelian, hingga pengecekan saldo, menjadikan *mobile banking* sebagai sarana yang lebih praktis dan efisien untuk membantu memenuhi kebutuhan. Hal tersebut didukung dengan data penggunaan *mobile banking* selama 5 tahun terakhir yang dilakukan oleh Bank Indonesia sebagaimana terdapat pada tabel di bawah ini:

Gambar 1.1
Volume Transaksi Digital Payment



Sumber: *bi.go.id*

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile banking* mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh kemudahan akses dan pelayanan yang diberikan pada aplikasi *mobile banking*. Tentunya, hal ini sangat bermanfaat bagi pegawai di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) yang memiliki aktivitas transaksi rutin, termasuk penerimaan gaji maupun pembayaran kewajiban bulanan. Oleh karena itu, kualitas layanan serta kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

Bank Jateng sebagai salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) berperan penting dalam mendukung aktivitas keuangan masyarakat khususnya Jawa Tengah. Bank ini berfokus pada pelayanan kepada masyarakat Jawa Tengah, termasuk mendukung pengelolaan keuangan di sektor pemerintahan daerah. Sebagai bank yang dipercaya untuk menyalurkan gaji Pegawai Disbudpar di lingkungan Pemerintah Kota Semarang, Bank Jateng memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan layanan yang diberikan dapat berjalan optimal, aman, dan memuaskan. Melalui kerjasama ini, Pegawai Disbudpar Kota Semarang secara otomatis menjadi nasabah Bank Jateng dan memanfaatkan fasilitas perbankan yang di sediakan. Dalam tuntutan digitalisasi, Bank Jateng menghadirkan bima *mobile* yang dirancang untuk memberikan layanan transaksi keuangan yang lebih praktis dan modern. Pengguna bima *mobile* mencakup berbagai segmen nasabah, diantaranya Pegawai Disbudpar Kota Semarang yang secara khusus menggunakan bima *mobile* sebagai sarana utama penerimaan gaji

bulanan serta melakukan berbagai transaksi finansial lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan bima *mobile* memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran transaksi keuangan Pegawai Disbudpar. Hal tersebut didukung dengan penggunaan bima *mobile* yang mencapai angka 0,10% sebagaimana tercantum dalam diagram dibawah ini:

Gambar 1.2
TOP M-Banking di Indonesia 2024



Sumber: *Goodstats.id*

Berdasarkan diagram tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bima *mobile* pada tahun 2024 mencapai angka 0,10% dari skala nasional. Hal tersebut menunjukkan eksistensi bima *mobile* yang didukung dengan penggunaan bima *mobile* oleh masyarakat. Di samping hal itu, penggunaan bima *mobile* masih jauh dari kata sempurna. Pasalnya, masih banyak keluhan yang berasal dari nasabah bima *mobile* khususnya Pegawai Disbudpar Pemerintah Kota Semarang, yang mengeluhkan tentang kurangnya fitur riwayat dan informasi transaksi yang terbatas, dan sering terjadinya kelambatan jaringan server pada tanggal 1-10 setiap bulan. Hal ini menimbulkan ketidaknyamanan dan berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah sebagai pengguna bima *mobile*.

Tabel 1.1
Ulasan Nasabah Pada Playstore Bima Mobile

Ulasan
aplikasi sudah baik akan tetapi perlu ditingkatkan lagi krn ada waktu ² tertentu dmn pasti mengalami eror.
setiap melakukan transaksi pada tgl 1 di setiap bulannya, ada jam jam tertentu yg bima mobile susah untuk di akses, eror 500, server, dll padahal cash nya terbatas, mau bayar pake qris bima mobile mau masuk aja gabisa, udah 3x saya mengalami ky gitu, mohon server di perbaiki dan satu lg bima saya jadikan untuk alat pembayaran utana, tapi sangat sering mengalami eror saat akan melakukan pembayaran failled lah, eror 500 lah, dsb... tinggal melakukan pembayaran & mengalami eror bikin maluuuuuuuuuu

Kenapa ketika top up e walet tdk di bebaskan mengetik nominal Top Up Itu sering memaksa user untuk melakukan top up 2x atau bahkan sampe beberpa kali untuk nominal yang dimaksud. Itu membuat biaya adminnya juga lebih banyak. Semoga ada perbaikan.
saran penambahan fitur yang dibutuhkan banget: history jangan dibatasi 30hari terakhir kalau perlu tambah fasilitas cetak rek koran, perlu juga ditambahkan fitur untuk melihat nomor rek. transaksi keluar. untuk membantu mengingat tf keluar itu ke siapa
Klu malam utk transfer susah banget & untuk pengecekan transaksi selain 10 hari terakhir tidak bisa. Mohon ada tindakan dri pihak perbankan.

Sumber: Bima Mobile - Aplikasi di Google Play

Berdasarkan tabel tersebut, penggunaan aplikasi bima *mobile* sering mendapatkan keluhan dari pengguna terkait terjadinya error pada waktu tertentu, baik di tanggal maupun jam tertentu. Selain itu, beberapa ulasan juga menyoroti keterbatasan fitur, seperti riwayat transaksi yang hanya dapat ditampilkan hingga 10 hari terakhir, sehingga akses informasi transaksi menjadi terbatas. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengguna bima *mobile*, khususnya bagi pegawai Disbudpar yang memanfaatkan aplikasi ini secara insentif untuk mendukung berbagai transaksi keuangan instansi.

Di lingkungan Disbudpar Kota Semarang, memanfaatkan bima *mobile* tidak hanya sebagai media penerima gaji, tetapi juga untuk mendukung berbagai transaksi keuangan yang berkaitan dengan kedinasan maupun kebutuhan pribadi. Disbudpar sendiri merupakan salah satu perangkat daerah yang memiliki tugas pokok dalam merumuskan serta melaksanakan kebijakan di bidang kebudayaan dan pariwisata Kota Semarang. Dengan beban kerja yang berkaitan dengan pelayanan publik di sektor budaya serta pariwisata kelancaran transaksi finansial melalui bima *mobile* menjadi hal yang penting untuk menunjang aktivitas sehari-hari para pegawainya.

Tabel 1.2
Pra-Survey Kepuasan Nasabah Pegawai Disbudpar

NO	ASPEK PENILAIAN	PEGAWAI	PUAS (%)	PEGAWAI	TIDAK PUAS (%)
1	E-Service Quality	12	24%	38	76%
2	E-Trust	18	36%	32	64%
3	Kemudahan Penggunaan	15	30%	35	70%
Total Responden		50	100%	50	100%

Sumber: Hasil kuesioner pra-survey

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, penulis melakukan pra-survey awal terhadap 50 pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang menggunakan bima *mobile*. Pra-survey ini difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu *e-service quality*, *e-trust*, dan kemudahan penggunaan. Hasil pra-survey tersebut dapat diketahui bahwa Sebagian besar pegawai Disbudpar Kota Semarang menyatakan tidak puas menggunakan aplikasi Bima *Mobile*. Ketidakpuasan paling dominan terdapat pada aspek *e-service quality*, dimana 76% responden menyatakan tidak puas, diikuti oleh kemudahan penggunaan sebesar 70% dan aspek *e-trust* sebesar 64%. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang belum optimal, tingkat kepercayaan

pengguna yang masih rendah, serta kemudahan penggunaan aplikasi yang belum sepenuhnya dirasakan oleh pegawai berpotensi menjadi faktor utama yang menyebabkan rendahnya kepuasan nasabah terhadap penggunaan bima mobile.

Menurut (Kotler dan Keller, 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang ketika membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapan mereka. Hal tersebut kepuasan pelanggan tercapai apabila kualitas layanan (*service quality*) yang dirasakan sesuai atau bahkan melampaui harapan, kepercayaan (*trust*) nasabah terhadap keamanan dan keandalan aplikasi terjaga, serta kemudahan penggunaan dapat dirasakan secara nyata oleh pengguna. Sebaliknya, apabila kualitas layanan yang diberikan rendah, kepercayaan nasabah menurun, atau aplikasi dirasa sulit digunakan maka akan timbul ketidakpuasan.

Salah satu faktor penting dalam membangun kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* adalah kualitas pelayanan (*e-service quality*). Menurut (Kotler dan Keller, 2022), Perusahaan yang berhasil dalam menciptakan layanan berkualitas tinggi memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Kualitas layanan berperan sebagai jembatan antara perusahaan dan pelanggan, yang jika dikelola dengan baik dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Tidak hanya terkait dengan produk fisik tetapi juga dengan pengalaman pelanggan selama interaksi mereka dengan perusahaan. Namun pada praktiknya, Bima Mobile masih menghadapi permasalahan seperti keterlambatan server yang sering terjadi pada tanggal 1-10 setiap bulan, error sistem saat jam tertentu, serta kegagalan transaksi. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil (*research gap*) terkait pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fanny & Putri) menyatakan adanya pengaruh signifikan, sementara penelitian yang dilakukan (Utama & Trisnawati, 2024) menyimpulkan tidak adanya pengaruh langsung yang signifikan *e-service quality* terhadap Kepuasan Nasabah. Ketidakkonsistenan hasil tersebut menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian lanjutan.

Menurut (Nengsih & Septianna, 2025) *E-Trust* atau kepercayaan nasabah merupakan keyakinan pengguna terhadap keandalan sistem perbankan digital dalam menjalankan transaksi finansial secara aman dan konsisten. Namun, pada penggunaan bima mobile masih ditemukan permasalahan, seperti keterlambatan server, sering terjadinya error saat transaksi, serta kegagalan pembayaran. Kondisi tersebut dapat berpotensi menurunkan kepercayaan nasabah terhadap keandalan sistem bima *mobile* dalam mendukung aktivitas transaksi keuangan. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil (*research gap*) terkait pengaruh *e-trust* terhadap kepuasan nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Gita Ayu Anggraeni) menyatakan adanya pengaruh signifikan, sementara penelitian yang dilakukan oleh (Hidayah, 2025) menyimpulkan tidak adanya pengaruh signifikan *e-trust* terhadap kepuasan nasabah. Ketidakkonsistenan hasil tersebut menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian lanjutan.

Selain itu, kemudahan penggunaan juga menjadi faktor dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap bima *mobile*. Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana suatu teknologi atau aplikasi mudah dipahami, diakses, dan dioperasikan oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Jika aplikasi bima *mobile* dirasakan mudah digunakan, maka nasabah akan lebih nyaman dan loyal dalam menggunakannya untuk berbagai kebutuhan transaksi perbankan. sebaliknya, apabila aplikasi sulit dipahami atau sering mengalami gangguan teknis, maka kepuasan nasabah juga akan menurun. Akan tetapi, pada bima

mobile masih ditemukan keterbatasan fitur riwayat transaksi, pembatasan periode histori, serta kesulitan dalam menentukan nominal top up e-wallet yang memaksakan pengguna melakukan pengisian berulang. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara konsep kemudahan penggunaan aplikasi dengan pengalaman pengguna bima mobile, sehingga penting untuk meneliti pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan hasil (*research gap*) terkait pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fahrul Husni dkk, 2023) menyatakan adanya pengaruh signifikan, sementara penelitian menurut (Shafira, Sunindyo, & Kusuma, 2025) menyimpulkan tidak adanya pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah. Ketidakkonsistenan hasil tersebut menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian lanjutan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan riset gap di atas penulis memilih untuk melakukan penelitian berjudul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-TRUST*, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN BIMA *MOBILE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA PEGAWAI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SEMARANG)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan mobile banking dalam kepuasan nasabah Pegawai Disbudpar Kota Semarang. Oleh karena itu permasalahan yang diambil di dalam penelitian ini yaitu (i) Apakah *e-service quality* pada bima *mobile* berpengaruh terhadap kepuasan Pegawai Disbudpar Kota Semarang. (ii) Apakah *e-trust* pada bima *mobile* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pegawai Disbudpar. (iii) Apakah kemudahan penggunaan bima *mobile* berpengaruh terhadap kepuasan Pegawai Disbudpar Kota Semarang.

2. Kajian Pustaka

2.1 *E-Service Quality* (Kualitas Layanan)

Menurut (Fauzan Fiqri dan Octavia 2022), *E-Service Quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien. Menurut (Kotler dan Keller, 2022), Perusahaan yang berhasil dalam menciptakan layanan berkualitas tinggi memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Kualitas layanan berperan sebagai jembatan antara Perusahaan dan pelanggan, yang jika dikelola dengan baik dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Tidak hanya terkait dengan produk fisik tetapi juga dengan pengalaman pelanggan selama interaksi mereka dengan perusahaan. Berikut ini indikator *e-service quality* menurut (Budiman, 2020) sebagai berikut:

1. *Efficiency* (Efisien): Kemampuan untuk mengakses website, berkaitan dengan seberapa mudah bagi pengguna mencari informasi yang dibutuhkan pada media elektronik.
2. *Reliability* (Keandalan): Berkenaan dengan fungsionalitas Teknik situs bersangkutan sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment* (Pemenuhan): Mencakup pemenuhan janji layanan yang diberikan berkaitan terhadap pengacuan suatu keberhasilan *website* dalam menyampaikan produk dan layanannya kepada konsumen serta kemampuannya untuk memperbaiki suatu kesalahan yang terjadi dalam proses transaksi.
4. *Privacy* (Privasi): Jaminan bahwa data pengguna tidak akan diberikan kepada pihak lain dan dapat dipercaya untuk menyimpan informasi identitas pribadi untuk para konsumennya.

5. *Responsiveness* (Tanggapan): Memberikan layanan dengan cepat tanggap dalam memberikan informasi kepada konsumen secara jelas dan mudah dipahami.
6. *Compentation* (Kompensasi): Meliputi penggantian kompensasi jika terjadi masalah.
7. *Contact* (Kontak): Mencerminkan kebutuhan pelanggan secara *online* atau melalui telepon dengan staf layanan.

2.2 *E-Trust* (Kepercayaan)

E-Service quality yang baik juga perlu diperkuat dengan landasan kepercayaan (*trust*) dimana landasan pelayanan perbankan terletak pada faktor kepercayaan antar bank dan konsumen dengan tujuan akhir untuk memberikan layanan berkualitas dengan biaya transaksi yang lebih rendah (Shankar dan Jebarajakirthy 2019). Kepercayaan elektronik (*e-trust*) menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga kepuasan nasabah terhadap layanan Bima *Mobile*. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem keamanan, kerahasiaan data, serta keandalan aplikasi akan sangat memengaruhi sejauh mana mereka puas dalam menggunakan layanan tersebut. Menurut teori (Roisah, Ansiya Ahha, Angliawati 2022) indikator *e-trust* dapat diukur dengan menggunakan 5 indikator sebagai berikut:

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

2.3 Kemudahan Penggunaan

Menurut (Muzdalipah & Mahmudi, 2023) Kemudahan Penggunaan yang dirasakan adalah suatu derajat atau keadaan bahwa seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha (*no effort*). Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem teknis mudah digunakan. Dari kedua definisi tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa suatu sistem teknis dapat digunakan dengan mudah. Teknologi mempengaruhi persepsi masyarakat tentang betapa mudahnya menggunakan perintah yang mudah dipahami. Artinya, semakin sedikit upaya yang dibutuhkan dalam menggunakan suatu sistem, maka semakin tinggi pula persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna. Tingkat kemudahan ini tidak hanya memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut, tetapi juga berdampak pada tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan digital yang diberikan. Dalam penelitian yang dilakukan (Shodiqin, and Rijal Arifin n.d. 2021) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi untuk meringankan usahanya. Dengan kata lain, apabila pengguna merasa bahwa sistem mobile banking dapat digunakan dengan mudah, efisien dan tanpa hambatan, maka rasa percaya dan kepuasan terhadap layanan tersebut juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan

penggunaan berperan penting dalam membentuk persepsi positif nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan. Semakin mudah suatu aplikasi dioperasikan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini karena nasabah akan merasa nyaman, tidak terbebani oleh kesulitan teknis, dan dapat bertransaksi dengan cepat serta aman. Menurut (Junaedi & Neneng, 2023) indikator kemudahan ada empat, yaitu sebagai berikut:

1. Mudah digunakan (*Easy to use*)
2. Mudah untuk dipelajari (*Easy to learn*)
3. Mudah dipahami (*Clear and understandable*)
4. Menjadi terampil (*Become skillfull*)

2.4 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut (Setiadi, 2021) adalah Tindakan yang melibatkan langsung dalam proses mendapatkan, mengonsumsi, dan menggunakan produk atau jasa, yang mencakup proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah Tindakan tersebut. Hal tersebut perilaku dapat terlihat dari bagaimana nasabah mengambil Keputusan untuk menggunakan aplikasi, melakukan transaksi, hingga mengevaluasi pengalaman mereka setelah penggunaan. Sedangkan menurut Kotler (2022) perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi yang termasuk dalam karakteristik konsumen dengan mengacu pada model perilaku konsumen. Oleh karena itu, pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi pihak perbankan, untuk terus meningkatkan kualitas layanan digital, memperkuat kepercayaan nasabah, serta memastikan kemudahan penggunaan *mobile banking* sehingga mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah secara berkelanjutan.

2.5 Kepuasan Nasabah

Menurut (Kotler dan Keller, 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang ketika membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapan mereka. Hal tersebut mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan, seperti kecepatan transaksi, keamanan sistem, serta kemudahan akses, dapat memenuhi ekspektasi pengguna terhadap kualitas layanan digital yang efisien dan terpercaya. Menurut (Sangadji, 2013) secara umum, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kesamaan antara kinerja produk dan layanan yang diterima dengan kinerja produk dan layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan nasabah *mobile banking* sangat bergantung pada sejauh mana layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka dalam hal kualitas layanan (*e-service quality*), kepercayaan terhadap sistem (*e-trust*), dan kemudahan penggunaan. Adapun indikator dari kepuasan nasabah, menurut Lupiyoadi dalam (Firdaus et al, 2024), yaitu sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
3. Minat pembelian ulang (*repurchase intent*)
4. Kesiediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*)

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

NO	PENULIS	JUDUL	VARIABEL PENELITIAN	HASIL
1	Gita Ayu Anggraeni, 2025	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , dan kemudahan penggunaan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng KCP Randublatung	<i>E-Service Quality</i> (X1), <i>E-Trust</i> (X2), Kemudahan Penggunaan Mobile Banking (X3), dan Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, <i>E-Trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
2	Khoiriatul Alimah, 2024	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Aplikasi Bima Mobile (Studi di Kota Semarang)	Kualitas Layanan (X1), Kemudahan (X2), Fitur Produk (X3), dan Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Kualitas Layanan, Kemudahan, dan fitur produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan Bima Mobile di Kota Semarang.
3	M. Fahrul Husni, Ramlah, Budhi Krisnanto, Muhammad Riza, Mirna, 2023	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk Regional Office X Makassar	Kualitas Layanan (X1), Kemudahan Mobile Banking (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil dari pengujian ini menyimpulkan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar, Kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

				nasabah, Kualitas Layanan dan Kemudahan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.
4	May Fanny Eka Putri, dan Dodie Tricahyono, Ph.D, 2021	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-SERVQUAL) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi kasus pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)	Kualitas Layanan Elektronik (E-SERVQUAL) (X), dan Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua variable kualitas layanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
5	Ahmad Fauzan Fiqri, dan Ade Octavia, 2022	Dampak <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> dan Persepsi Resiko Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi <i>E-Satisfaction</i> dalam Menggunakan Aplikasi E-Commerce dimasa Pandemic Covid-19 di Kota Jambi	<i>E-Service Quality</i> (X1), <i>E-Trust</i> (X2), Persepsi Resiko (X3), dan <i>Repurchase Intention</i> (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>E-Service Quality</i> berdampak positif terhadap <i>E-Satisfaction</i> , <i>E-Trust</i> berdampak positif terhadap <i>E-Satisfaction</i> , persepsi resiko berdampak positif terhadap <i>E-Satisfaction</i> , <i>E-Satisfaction</i> berdampak positif terhadap Repurchase Intention dan <i>E-service Quality</i> , <i>E-Trust</i> dan Persepsi Resiko berdampak positif terhadap Repurchase Intention yang di mediasi <i>E-Satisfaction</i> dimasa Pandemic COVID-19 di Kota Jambi.

6	Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, dan Imelda W. J. Ogi, 2021	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo	Kepercayaan (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sulutgo, dan secara simultan Kepercayaan dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah Bank Sulutgo.
7	Yeni Mariana, Jul Aidil Fadli, 2022	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , <i>E-Satisfaction</i> terhadap E-Loyalitas Nasabah Perbankan di Indonesia	<i>E-Service Quality</i> (X1), <i>E-Trust</i> (X2), <i>E-Satisfaction</i> (X3), dan E-Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>E-Service Quality</i> berpengaruh positif terhadap E-Loyalitas pada nasabah Perbankan di Indonesia, <i>E-Trust</i> berpengaruh positif terhadap E-Loyalitas pada nasabah Perbankan di Indonesia, <i>E-Satisfaction</i> tidak berpengaruh positif terhadap E-Loyalitas pada nasabah Perbankan di Indonesia, sedangkan secara bersama sama variable <i>E-Service Quality</i> , <i>E-Trust</i> , <i>E-Satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap E-Loyalitas pada nasabah Perbankan di Indonesia.

2.7 Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut (Fauzan Fiqri & Ooctavia, 2022) *E-Service Quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif. Hal tersebut, nasabah akan merasa puas ketika apa yang mereka harapkan sesuai dengan layanan yang didapatkan di dalam mobile banking yang nasabah gunakan. Dengan demikian, *e-service quality* dapat digambarkan sejauh mana Bima *mobile* mampu menyediakan layanan transaksi perbankan dan menentukan sejauh mana harapan nasabah dapat terpenuhi. Hasil penelitian ini juga diperkuat penelitian oleh (Fahrul Husni, dkk 2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Regional Office X Makassar.

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

2.7.2 Pengaruh *E-Trust* Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut (Liani & Yusuf, 2021) menjelaskan *e-trust* sebagai kepercayaan konsumen pada Perusahaan yang menawarkan produk atau layanan online yang dapat mereka percayai atau andalkan janjinya sesuai dengan harapan konsumen terpenuhi. Dengan demikian, tingkat kepercayaan nasabah terhadap sistem keamanan, kerahasiaan data, serta keandalan aplikasi akan sangat memengaruhi sejauh mana mereka puas dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini juga diperkuat penelitian oleh (Silvi Nurul Fauziah dkk., 2023) menunjukkan bahwa variable *e-trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

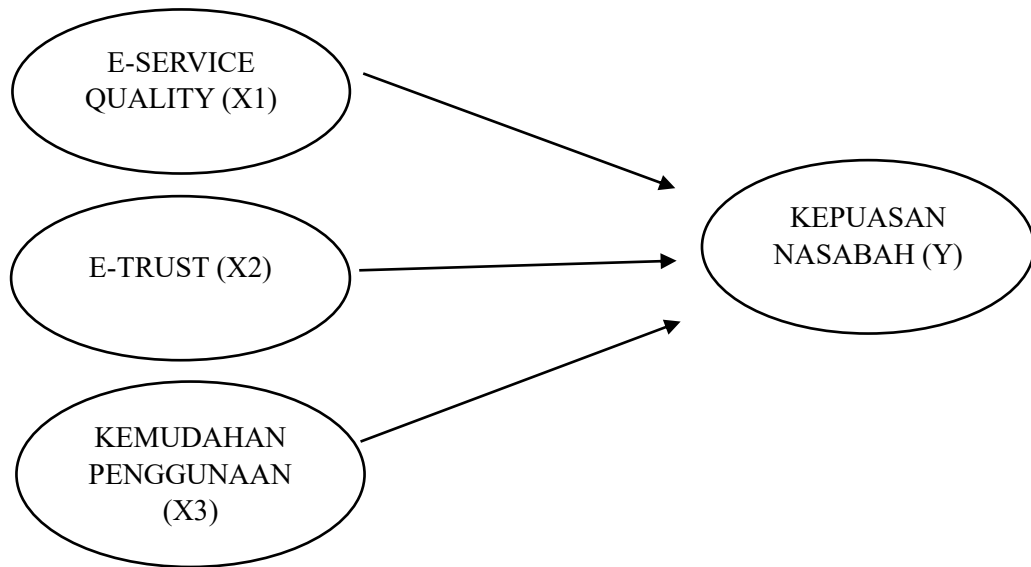
H2: *E-Trust* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

2.7.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut (Yulisa Saptawati 2022), jika kemudahan sistem layanan mobile banking memiliki layanan yang mudah dipahami dan digunakan, maka nasabah dapat dengan mudah mempelajari pengoperasian mobile banking untuk bertransaksi dengan nyaman. Tingkat kemudahan ini tidak hanya memengaruhi Keputusan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut, tetapi juga berdampak pada tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perbankan digital yang diberikan. Dengan kata lain, apabila pengguna merasa bahwa sistem mobile banking dapat digunakan dengan mudah, efisien, dan tanpa hambatan, maka rasa percaya dan kepuasan nasabah terhadap layanan tersebut juga akan meningkat. Hasil penelitian ini juga diperkuat penelitian oleh (Amalia & Hastriana, 2022) menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan *m-banking* berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah.

H3: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

2.8 Kerangka Teori



Gambar 1. Kerangka Model Penelitian

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2020) metode kuantitatif merupakan penelitian dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dengan tujuan guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah *e-service quality*, *e-trust*, dan kemudahan penggunaan, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner yang disebarkan responden melalui kuesioner fisik yang disebarkan di Disbudpar.

3.1. Populasi

Menurut (Sugiyono 2020) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pada nasabah pengguna Bima *Mobile Bank* Jateng yaitu pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Semarang sebanyak 50 orang.

3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono 2020).

Penetapan jumlah sampel menggunakan metode sampling jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa penyebaran melalui kuesioner fisik yang disebarkan di Disbudpar. Menurut (Sugiyono 2020) data primer adalah sumber data yang langsung

memberikan data kepada pengumpul data. Didalam kuesioner menggunakan *skala likert*. *Skala Likert* digunakan dalam menilai pendapat individu terkait fenomena sosial, yang kemudian diuraikan menjadi indikator variabel, (Sugiyono 2020). Jawaban dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* berbasis 1 sampai 5 dengan tingkatan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

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

3.4. Definisi Variabel Indikator

Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari *e-service quality* (X1), *e-trust* (X2), kemudahan pengguna (X3), sedangkan variabel dependen berupa kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan rumusan penelitian tersebut, maka variabel yang diteliti adalah:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>E-Service Quality</i> (X1)	Menurut (Fauzan Fiqri & Ooctavia, 2022) <i>E-Service Quality</i> didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien.	1. <i>Efficiency</i> (Efisien) 2. <i>Reliability</i> (Keandalan) 3. <i>Fulfilment</i> (Pemenuhan) 4. <i>Privacy</i> (Privasi) 5. <i>Responsiveness</i> (Tanggapan) 6. <i>Compentation</i> (Kompensasi) 7. <i>Contact</i> (Kontak) (Budiman, 2022)	1-5
2	<i>E-Trust</i> (X2)	Menurut (Shankar & Jebarajakirthy, 2019) <i>E-Service quality</i> yang baik juga perlu diperkuat dengan landasan kepercayaan (<i>trust</i>) dimana landasan pelayanan perbankan terletak pada factor kepercayaan antar bank dan konsumen dengan	1. <i>Integrity</i> (Integritas) 2. <i>Competence</i> (Kompetensi) 3. <i>Consistency</i> (Konsisten) 4. <i>Loyalty</i> (Loyalitas) 5. <i>Openness</i> (Keterbukaan) (Roisah, 2022)	1-5

		tujuan akhir untuk memberikan layanan berkualitas dengan biaya transaksi yang lebih rendah		
3	Kemudahan Penggunaan (X3)	Menurut (Yuliani dan Rahmi 2019) menyatakan persepsi tentang kemudahan didefinisikan seseorang tidak butuh usaha yang besar dan sulit saat melakukan usahanya dengan menggunakan teknologi informasi.	1. Mudah digunakan (<i>Easy to use</i>) 2. Mudah untuk dipelajari (<i>Easy to learn</i>) 3. Mudah dipahami (<i>Clear and understandable</i>) 4. Menjadi terampil (<i>Become skillfull</i>) (Junaedi & Neneng, 2023)	1-5
4	Kepuasan Nasabah (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang ketika membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapan merek.	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (<i>overall customer satisfaction</i>) 2. Konfirmasi harapan (<i>confirmation of expectations</i>) 3. Minat pembelian ulang (<i>repurchase intent</i>) 4. Kesiediaan merekomendasikan (<i>willingness to recommend</i>) Lupiyoadi dalam (Firdaus et al, 2024)	1-5

3.5. Alat Analisis

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Menurut Sugiyono 2020 analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan, analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji kelayakan model.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Uji Kualitas Data

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah suatu kuesioner akurat atau tidak. Menurut (Ghozali 2021) Signifikansi *correlation coefficient pearson* yang digunakan dalam *r* tabel harus memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05 agar dapat dianggap valid.

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka indikator tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner mewakili suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika individu memberikan respon terhadap suatu pernyataan secara konsisten sepanjang waktu, pengukuran reliabilitas menggunakan uji statistic *cronbach's alpha* (α) (Ghozali 2021).

1. Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka kuesioner tersebut dinyatakan sudah reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,60$ maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas menurut (Ghozali 2021) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hal ini penting karena dalam analisis regresi, uji t dan uji f mengharuskan residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil uji statistic bisa menjadi tidak valid, terutama pada ukuran sampel yang kecil. Salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka residual berdistribusi tidak normal.

Uji Multikolinieritas menurut (Ghozali 2021) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel bebas, karena hal tersebut dapat mengganggu keakuratan hasil analisis. Jika antar variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak bersifat ortogonal, yaitu kondisi di mana korelasi antar variabel bebas seharusnya sama dengan nol. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan (*Variance Inflation Factor*) VIF, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka terjadi adanya multikolinieritas

Menurut (Ghozali 2021), Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual antara suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual antar pengamatan sama, kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang bersifat homoskedastisitas, karena menunjukkan bahwa kesalahan pengukuran (*error*) memiliki penyebaran yang konsisten. Untuk menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghoozali 2021) Analisis regresi linear digunakan untuk mengukur kekuatan serta menunjukkan arah keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan menggunakan dua variabel atau lebih sebagai masukan. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

y = Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisiensi regresi

e = *Standard error*

X_1 = *E-Service Quality*

X_2 = *E-Trust*

X_3 = Kemudahan Penggunaan

3.6.4. Uji Hipotesis

1. Analisis Koefisien Determinasi R Square

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

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

2. Uji F

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

3. Uji t

Menurut (Ghoozali, 2021), uji ini bertujuan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen secara masing-masing. Uji tersebut dilakukan dengan syarat, jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dengan nilai signifikan $\alpha < 0,05$ artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Begitupun sebaliknya, jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dengan nilai signifikan $\alpha > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.