

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA BRI MOBILE (BRIMO) KOTA SEMARANG

**FAJAR PUTRA PRAYOGA  
NINA WOELAN SOEBROTO  
MIRASANTI WAHYUNI**

Politeknik Negeri Semarang  
Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia,  
[fajarputraprayoga9@gmail.com](mailto:fajarputraprayoga9@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims to analyze the effect of product quality, service quality, and trust on customer satisfaction of BRI Mobile (BRImo) users in Semarang City simultaneously and partially. Data collected through a questionnaire method on 100 respondents who are BRImo users in Semarang City. The analysis model uses the F test, t test and the Coefficient of Determination Test (R<sup>2</sup>). The results show that partial product quality, partial service quality, and partial trust have a significant effect on customer satisfaction of BRImo users in Semarang City. Simultaneously product quality, service quality, and trust have a significant effect on customer satisfaction of BRImo users in Semarang city.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Trust, Customer Satisfaction*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang secara simultan dan parsial. Data yang dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden yang menjadi pengguna BRImo di Kota Semarang. Model analisis menggunakan uji F, uji t dan Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial, kualitas layanan secara parsial, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Secara simultan kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di kota Semarang.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah*

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman terhadap era modern pada saat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap penggunaan suatu teknologi berbasis informasi yang pada era modern saat ini meningkat tinggi sehingga memunculkan adanya suatu inovasi pada bidang bisnis menuju arah digitalisasi serta modern dan semakin meningkatnya masyarakat di Indonesia dalam menggunakan internet seiring bertambahnya waktu. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin meningkat pesat secara signifikan seiring bertambahnya waktu serta meningkatnya pertumbuhan terhadap para pemakai internet menjadikan suatu peluang terhadap bidang industri perbankan dalam menaikkan nilai pelayanannya kepada para nasabah salah satunya dengan cara mewujudkan adanya suatu produk layanan berbasis teknologi dengan dilengkapi berbagai macam fitur untuk memberikan pelayanan kepada nasabahnya dalam melakukan segala jenis transaksi keuangan tanpa adanya batasan waktu dan tempat.

Kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor utama bagi suatu perusahaan, terutama pada suatu perusahaan yang dalam kegiatannya bergerak dalam suatu bidang jasa perbankan. Dalam suatu perusahaan, memiliki pelayanan yang baik merupakan salah satu unsur yang sangat penting agar nasabah dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya pelayanan yang baik maka akan bisa menimbulkan rasa kepuasan kepada nasabah. Bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang perbankan,

kepuasan dari para nasabah menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan dan sangat dibutuhkan karena akan berdampak terhadap eksistensi perusahaan tersebut. Dengan terciptanya suatu kepuasan, maka para nasabah akan tetap menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dimana kepemilikannya dipegang oleh negara. BRI tentunya memberikan berbagai macam kemudahan kepada masyarakat termasuk salah satunya adalah simpan pinjam. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah untuk menguatkan usaha kecil, terutama dalam mengakses permodalan adalah dengan cara melalui program KUR atau kredit usaha rakyat, yang merupakan pembiayaan terhadap investasi atau modal kerja baik dari usaha kecil, menengah ataupun koperasi pada bidang usaha yang produktif.

*Mobile Banking* merupakan salah satu lembaga perbankan yang memiliki tujuan untuk menghadirkan layanan yang lebih baik terhadap para nasabahnya melalui berbagai macam fitur yang berkualitas dan dapat juga bertujuan untuk mempermudah nasabahnya untuk melakukan berbagai macam jenis kegiatan transaksi keuangan. *Mobile banking* dibuat untuk memungkinkan para nasabahnya melakukan sebagian besar jenis transaksi perbankan menggunakan *smartphone* atau ponsel dengan menggunakan jaringan internet. layanan yang ada pada *mobile banking* hampir sama dengan ATM (*Automatic Teler Machine*), yaitu nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, melakukan transfer dana antar rekening nasabah serta dapat digunakan untuk melakukan pembayaran tagihan melalui rekening banknya. Nasabah dapat menikmati berbagai macam keuntungan ketika menggunakan fitur layanan ini. .

BRI Mobile (BRImo) adalah aplikasi keuangan digital terbaru yang didukung oleh data internet. Ini memudahkan nasabah BRI untuk melakukan transaksi dengan antarmuka dan pengalaman pengguna yang lebih baru, fitur identifikasi wajah, penggunaan fingerprinting untuk login, top up Brizzi, E Wallet, gopay dan lain-lain, pembayaran menggunakan kode QR, dan berbagai macam fitur menarik lainnya.

Namun terlepas dari kemudahan yang dimiliki BRImo tersebut, nyatanya masih banyak keluhan dari nasabah terhadap beberapa fitur layanan yang ada pada BRImo. Berdasarkan ulasan dari pengguna aplikasi BRImo yang ada pada platform *Google Playstore*, aplikasi BRImo mendapat rating 4,7 dari 5 bintang yang diberikan oleh penggunanya. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1. Rating Aplikasi Brimo



Sumber: Data yang diolah, 2024

Selain itu pengguna juga memberikan berbagai macam tanggapan, baik itu tanggapan yang positif maupun negatif. Tanggapan negatif tersebut berupa kurang optimalnya fitur-fitur pada layanan BRImo. Hal tersebut menjadi salah satu faktor besar yang harus diatasi dan diselesaikan. Dibawah ini adalah tabel beberapa keluhan nasabah pengguna BRImo. Tabel beberapa keluhan nasabah pengguna BRImo dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Beberapa Keluhan Nasabah Pengguna BRImo

No.	Nama Pengguna	Keluhan Pengguna
1.	Risanda Pratama	Maaf sebelumnya semoga bisa di tinjau lagi aplikasinya. Setelah update terbaru jadi tambah kurang maksimal fiturnya. Contoh yang sering terjadi setiap hari. Sehabis transaksi untuk melihat hasil transaksi di menu AKTIFITAS tidak pernah muncul. Padahal itu sekali buat bukti sudah melakukan transfer dan semacamnya.
2.	Pitaloka N.	Agak lambat yah aplikasinya. Tolong di persimpel lagi tampilannya. Menu qris sering banget ngefrees saat digunakan. Tidak bisa digunakan di waktu mendadak. Masih perlu banyak pengembangan. Mending perbaiki fitur2 yang ada daripada tampilan.
3.	Yudha Pradana	Saya membeli pulsa listrik, saya lupa tidak screen shoot, terus pas saya cek di mutasi terkirim sukses, terus pas saya cek di status, di cek token juga tidak ada, padahal transaksi berhasil tolong ya di teliti lagi.
4.	Neng Detty Agustine	Aplikasi terlalu sering update, menghabiskan ruang memori hp. Jaringan stabil namun app sering sulit log in. Transfer BI fast sering tidak tersedia saat dibutuhkan, seperti dijatah dalam jam <sup>2</sup> tertentu. Dan dibagian pembayaran melalui BRIVA sering error. Percuma tampilan menarik jika penggunaannya dipersulit.
5.	Dias Ika	Baru di update malah aktivitas terakhir tidak muncul.. Mau cetak bukti transaksi terakhir jadi tidak bisa..tapi di mutasi sudah muncul.. Kok malah jadi menurun ini brimo nya.. Tolong di perbaiki kembali... Lumayan meresahkan ini sih

Sumber: Pengguna aplikasi BRImo dari Google Playstore data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1, menjelaskan bahwa adanya beberapa keluhan dari pengguna (nasabah) pada aplikasi BRImo seperti fitur-fitur pada produk dan layanan BRImo sering mengalami error seperti kegagalan transaksi, terdapat kegagalan transaksi tetapi saldo tetap terdebit sehingga berpengaruh terhadap kepercayaan dan berbagai keluhan lainnya. Oleh karena itu, hal ini menimbulkan kesan adanya ketidaktepatan antara kenyataan dan harapan dari para nasabah, dimana nasabah selalu berharap berbagai fitur pada produk dan layanan yang digunakan berkualitas. Tentunya hal ini berdampak terhadap kepercayaan nasabah. Apabila keluhan dari nasabah semakin banyak maka besar kemungkinan nasabah tidak menggunakan BRImo lagi. Apabila BRImo tidak dapat menarik nasabah, maka juga akan berdampak terhadap bank pembuatnya yaitu Bank Rakyat Indonesia. Karena hilangnya rasa kepercayaan yang dimiliki nasabah akibat produk yang tidak memuaskan, maka nasabah akan pindah bank dan mengakibatkan BRI mengalami kerugian dari menurunnya dana pihak ketiga, yang akan berakibat modal turun, sehingga penyaluran kredit akan berkurang dan mengakibatkan profit bank turun. Semua hal tersebut dapat terjadi apabila kepuasan nasabah tidak terpenuhi. Oleh karena itu, bank perlu mencari faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan nasabah karena produk yang baik cenderung memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi dari para nasabahnya. Hal ini sejalan pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kasengkang et al., (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Hartanto & Andreani, (2019) menjelaskan bahwa variabel kualitas produk ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas layanan merupakan suatu rangkaian karakteristik dari barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan atau dirasakan nasabah. Bagi perusahaan di sektor jasa, menyediakan layanan kepada nasabah dimana layanan tersebut memiliki kualitas yang tinggi dan baik sangat penting dan menjadi landasan terhadap keberhasilan suatu bisnis. Tujuan dari adanya kualitas Layanan dalam suatu perusahaan adalah untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap jasa atau produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Kualitas layanan merupakan suatu rangkaian karakteristik dari barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan atau dirasakan nasabah. Bagi perusahaan di sektor jasa, menyediakan layanan kepada nasabah dimana layanan tersebut memiliki kualitas yang tinggi dan baik sangat penting dan menjadi landasan terhadap keberhasilan suatu bisnis. Tujuan dari adanya kualitas Layanan dalam suatu perusahaan adalah untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap jasa atau produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Kepercayaan adalah ketersediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah karena ketika nasabah percaya pada perusahaan tempat mereka melakukan transaksi, mereka cenderung merasa aman dan nyaman sehingga nasabah merasa puas bertransaksi di perusahaan tersebut. Hal ini sejalan pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Shafira et al., (2023) dimana menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun Gusmana & Gunanto, (2020) menjelaskan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan adanya pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang.

## **KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

### **BRI mobile**

BRI Mobile (BRImo) adalah aplikasi keuangan digital terbaru yang didukung oleh data internet. Ini memudahkan nasabah BRI untuk melakukan transaksi dengan antarmuka dan pengalaman pengguna yang lebih baru, fitur identifikasi wajah, penggunaan fingerprinting untuk login, top up Brizzi, E Wallet, gopay dan lain-lain, pembayaran menggunakan kode QR, dan berbagai macam fitur menarik lainnya.. Layanan cek saldo melalui aplikasi BRImo, Mobile Banking BRI dan Internet Banking BRI gratis atau tidak dikenakan biaya. Dengan aplikasi BRImo, nasabah BRI dapat melakukan berbagai macam transaksi perbankan tanpa harus mengunjungi kantor cabang BRI. Salah satu keunggulan yang dimiliki BRImo adalah akses perbankan 24 jam. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa dibatasi oleh jam kerja kantor cabang bank.

### **Kualitas Produk**

Kualitas dapat diartikan sebagai keadaan dinamis yang mengacu pada produk, layanan, manusia, proses, serta lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Menurut Lupiyoadi (2018) kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan pelanggannya. Semakin baik kualitas produk yang dimiliki, maka akan semakin bertambahnya minat pelanggan yang ingin membeli produk tersebut. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan nasabah karena produk yang baik cenderung memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi dari para nasabahnya.

### **Kualitas Layanan**

Menurut Khotler (2000) Kualitas layanan merupakan suatu rangkaian karakteristik dari barang maupun jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan suatu kebutuhan yang diungkapkan atau dirasakan nasabah. Bagi perusahaan di sektor jasa, menyediakan layanan kepada nasabah dimana layanan tersebut memiliki kualitas yang tinggi dan baik sangat penting dan menjadi landasan terhadap keberhasilan suatu bisnis. Kualitas pelayanan sangat penting dalam menyediakan dan memenuhi fasilitas serta merespon keinginan yang sesuai dari para pelanggan. Kualitas pelayanan yang lebih baik seperti cepat dalam memberikan respon, menyelesaikan tanggapan terhadap keluhan dari pelanggan, memberikan pelayanan yang ramah serta mempunyai etika dan sopan santun akan mampu memuaskan pelanggan.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan nasabah adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku dari para nasabah. Dalam kegiatan transaksi yang dilakukan secara online, kepercayaan timbul apabila salah satu pihak yang telah terlibat telah menerima kepastian dari pihak lain mengenai aspek, kemampuan, integritas, kebaikan dan hubungan dengan indikator, pengalaman dan kompetensi, minat dan kepercayaan, kejujuran dan kehandalan, dan juga keyakinan.

### **Kepuasan**

Menurut Felix (2017) kepuasan merupakan perasaan puas atau kecewa dari nasabah akibat membandingkan kinerja atau hasil produk dengan harapannya. Jika kinerja tidak sesuai harapan nasabah akan kecewa. Namun jika kinerja memenuhi harapan, nasabah akan puas. Perusahaan yang mengutamakan kepuasan nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan citra Perusahaan. Kepuasan nasabah adalah kesan yang diperoleh seseorang setelah membandingkan kemampuan, hasil, dan harapan yang diterimanya. Nasabah akan merasa puas jika kemampuan dari layanan perbankan yang diterimanya sesuai atau melebihi harapannya, namun nasabah bisa jadi akan kecewa jika kemampuan dari layanan yang diterimanya tidak sesuai harapannya.

### **Nasabah**

Nasabah atau pelanggan adalah orang-orang yang menginginkan suatu perusahaan atau organisasi untuk memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Meskipun nasabah adalah orang-orang yang tidak bergantung pada perusahaan, namun suatu perusahaan atau organisasi itu sendiri harus mengikuti keinginan nasabah karena hal tersebut yang nantinya akan mempengaruhi kinerja dan nilai suatu perusahaan (Sarbunan et al., 2015).

### **Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan nasabah karena produk yang baik cenderung memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi dari para nasabahnya. Kualitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan, meminimalkan masalah penggunaan, dan memberikan nilai tambah bagi produk tersebut untuk dapat memberikan kepuasan untuk nasabah. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kasengkang et al., (2023). Penelitian tersebut telah menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_1$  = Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

### **Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Kualitas layanan merupakan suatu rangkaian karakteristik dari barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan atau dirasakan nasabah. Bagi perusahaan di sektor jasa, menyediakan layanan kepada nasabah dimana layanan tersebut memiliki kualitas yang tinggi dan baik sangat penting dan menjadi landasan terhadap keberhasilan suatu bisnis. Tujuan dari adanya kualitas Layanan dalam suatu perusahaan adalah untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap jasa atau produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rininda et al., (2023). Penelitian tersebut telah menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_2$  = Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

### **Hubungan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Kepercayaan adalah suatu atribut, objek, dan juga manfaat dari pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah. Menurut Kotler dan Keller (2016:225) kepercayaan adalah ketersediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap suatu pihak dan mengakui bahwa kemampuan dan kejujuran

dari pihak tersebut dapat memenuhi sesuatu yang diharapkan. Pengaruh variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, sejalan terhadap penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Shafira et al., (2023). Penelitian tersebut telah menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.  $H_3$  = Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

### **Hubungan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Dalam hal ini digunakan Uji F (simultan) yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan terhadap variabel bebas secara simultan yaitu kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

$H_4$  = Kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian yang dilakukan ini, desain penelitian yang akan digunakan oleh peneliti yaitu penelitian kuantitatif jenis kausal. data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer dimana peneliti membuat kuesioner dan menyebarkannya pada nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang yang dijadikan sebagai bahan data primer, dan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan sumber relevan lainnya yang dijadikan sebagai pelengkap dari sumber data sekunder.

#### **Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah atau pengguna BRImo di Kota Semarang. Teknik yang digunakan oleh peneliti untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu dalam pengambilan suatu sampel teknik ini tidak memberikan peluang ataupun kesempatan yang sama pada setiap anggota atau populasi untuk dijadikan sampel. Dalam penelitian ini jenis sampel yang digunakan adalah sampel acak atau *accidental sampling*, yaitu sampel diambil berdasarkan ketersediaan unsur dan kemudahan dalam memperolehnya, sehingga siapapun yang ditemukan sesuai keinginan peneliti dapat dijadikan sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel diambil dengan menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dilakukan karena tidak diketahuinya jumlah populasi yang ada. Berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow didapat sampel sebanyak 100 responden.

#### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data berupa kuesioner menggunakan pernyataan yang diberikan kepada responden melalui *Google Form* dengan cara mengirimkan link yang berisi daftar pernyataan dan biodata dari para responden kepada para pengguna BRImo. Pada penelitian ini, pengumpulan yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah skala Likert.

#### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan Model Analisis Regresi Linear Berganda dan juga menggunakan metode pengujian kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu pengujian asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas, serta teknik analisis data berupa uji F (simultan), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), dan uji t (parsial).

#### **Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel dan indikator dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Indikator

No	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Produk	Menurut Lupiyoadi (2018) dalam penelitian Kasengkang et al., (2023), kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi segala kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan pelanggannya.

	<p><b>X<sub>1.1</sub> = Nasabah mendapatkan keuntungan dengan menggunakan produk</b>  <b>X<sub>1.2</sub> = Nasabah merasakan manfaat dari produk.</b>  <b>X<sub>1.3</sub> = Produk memberikan kemudahan bagi nasabah</b>  <b>X<sub>1.4</sub> = Kebutuhan nasabah terpenuhi</b>  <b>Pertanyaan Terbuka</b></p>
2. Kualitas Layanan	<p>Menurut Khotler (2000) dalam penelitian Rininda et al., (2023) Kualitas layanan merupakan suatu rangkaian karakteristik dari barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diungkapkan atau dirasakan nasabah. Bagi perusahaan di sektor jasa, menyediakan layanan kepada nasabah dimana layanan tersebut memiliki kualitas yang tinggi dan baik sangat penting dan menjadi landasan terhadap keberhasilan suatu bisnis.</p> <p><b>X<sub>2.1</sub> = Kenyamanan dalam menggunakan produk</b>  <b>X<sub>2.2</sub> = Responsiveness BRI Mobile.</b>  <b>X<sub>2.3</sub> = Compatibility BRI Mobile</b>  <b>X<sub>2.4</sub> = Efisiensi BRI Mobile.</b>  <b>Pertanyaan Terbuka.</b></p>
3. Kepercayaan	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016:225) dalam penelitian Darno et al., (2022) kepercayaan adalah ketersediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan adalah dalam suatu hubungan atau transaksi konsumen memiliki keyakinan dan percaya bahwa orang yang dipercayainya tersebut telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen tersebut.</p> <p><b>X<sub>3.1</sub> = Kepercayaan terhadap produk</b>  <b>X<sub>3.2</sub> = Tanggung jawab terhadap konsumen</b>  <b>X<sub>3.3</sub> = Kenyamanan yang diberikan</b>  <b>X<sub>3.4</sub> = Kerahasiaan data terjamin</b>  <b>Pertanyaan Terbuka</b></p>
4. Kepuasan Nasabah	<p>Kepuasan nasabah adalah kesan yang diperoleh seseorang setelah membandingkan kemampuan, hasil, dan harapan yang diterimanya. Nasabah akan merasa puas jika kemampuan dari layanan perbankan yang diterimanya sesuai atau melebihi harapannya, namun nasabah bisa jadi akan kecewa jika kemampuan dari layanan yang diterimanya tidak sesuai harapannya.</p> <p><b>Y<sub>1.1</sub> = Nasabah merasa puas dengan produk</b>  <b>Y<sub>1.2</sub> = Kualitas produk memuaskan</b>  <b>Y<sub>1.3</sub> = Produk mampu bersaing dengan produk lain</b>  <b>Y<sub>1.4</sub> = Nasabah menggunakan kembali produk</b>  <b>Pertanyaan Terbuka</b></p>

Sumber: Data yang diolah, 2024

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui *Google Form*, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 34% dan Perempuan sebanyak 66%. Berdasarkan usia 17-20 tahun sebanyak 26%, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 65%, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 6%, responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 1% dan responden yang berusia > 50 tahun sebanyak 2%. Responden yang berpendidikan SMP/Sederajat sebanyak 1%, responden yang berpendidikan SMA/Sederajat sebanyak 32%, responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 31% dan responden yang berpendidikan Sarjana sebanyak 36%. Berdasarkan pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 67%, responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri/BUMN sebanyak 10%, responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak 10%, responden yang bekerja sebagai Wirausaha sebanyak 4% dan responden memiliki pekerjaan

lainnya sebanyak 9%. Berdasarkan gaji yaitu responden yang memiliki gaji <1 Juta sebanyak 54%, responden yang memiliki gaji 1-3 Juta sebanyak 29% dan responden yang memiliki gaji >3 Juta sebanyak 17%. Berdasarkan responden yang menggunakan BRImo <1 tahun sebanyak 41%, responden yang menggunakan BRImo 1-5 tahun sebanyak 48% dan responden menggunakan BRImo >5 tahun sebanyak 11%.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji yang mengetahui kelayakan suatu indikator dalam membagi kuesioner ke dalam variabel penelitian yang dikembangkan oleh peneliti. Uji Reliabilitas adalah suatu alat yang digunakan untuk pengukuran suatu kuesioner yang menjadi indikator pada suatu variabel. Sebuah kuesioner atau survei dianggap dapat diandalkan atau reliabel jika tanggapan dari responden terhadap pernyataan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel kualitas produk, kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Sig.	Cronbach's Alpha
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0,826	0,196	0,000	0,797
	X <sub>1,2</sub>	0,821	0,196	0,000	
	X <sub>1,3</sub>	0,765	0,196	0,000	
	X <sub>1,4</sub>	0,752	0,196	0,000	
Kualitas Layanan (X <sub>2</sub> )	X <sub>2,1</sub>	0,822	0,196	0,000	0,851
	X <sub>2,2</sub>	0,850	0,196	0,000	
	X <sub>2,3</sub>	0,788	0,196	0,000	
	X <sub>2,4</sub>	0,870	0,196	0,000	
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3,1</sub>	0,807	0,196	0,000	0,835
	X <sub>3,2</sub>	0,841	0,196	0,000	
	X <sub>3,3</sub>	0,788	0,196	0,000	
	X <sub>3,4</sub>	0,837	0,196	0,000	
Kepuasan Nasabah (Y)	Y <sub>1,1</sub>	0,763	0,196	0,000	0,805
	Y <sub>1,2</sub>	0,777	0,196	0,000	
	Y <sub>1,3</sub>	0,805	0,196	0,000	
	Y <sub>1,4</sub>	0,837	0,196	0,000	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3, pada uji validitas, dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada semua variabel dikatakan valid. Pada uji reliabilitas, seluruh variabel pada penelitian ini reliabel karena memiliki nilai standar *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$  sehingga bisa disimpulkan bahwa data reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heterokedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Multikolonieritas		Uji Heteroskedastisitas (Spearman's rho)
	Tolerance	VIF	Sig
Kualitas Produk	0,539	1,855	0,936
Kualitas Layanan	0,327	3,054	0,458
Kepercayaan	0,398	2,510	0,357

Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov) monte carlo Sig. (2-tailed) = 0,113

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4, pada uji normalitas menunjukkan bahwa dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov pendekatan monte carlo nilai yang dihasilkan  $0,113 > 0,05$  sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal. Pada uji multikolonieritas nilai *Tolerance*  $\geq 0.10$  dan nilai VIF  $\leq 10$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak ada multikolonieritas. Pada uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Spearman's rho* nilai yang dihasilkan  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Data

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini telah dilakukan pengujian F (simultan) yang menghasilkan model penelitian fit atau model layak digunakan karena menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 90,922 > F_{tabel} = 2,70$  atau nilai sig  $0,000 \leq 0,05$ , sehingga didapatkan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Nasabah Pengguna BRlmo di Kota Semarang} = 1,762 + 0,177 \text{ Kualitas Produk} + 0,288 \text{ Kualitas Layanan} + 0,429 \text{ Kepercayaan} + e$$

Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menghasilkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,732 atau sebesar 73,2%. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (Unstandarized Coefficients B)	Uji F (Simultan)		R <sup>2</sup> (Adjusted R Square)	Uji t (Parsial)	
					t	Sig.
Kepuasan Nasabah	1,762					
Kualitas Produk	0,177	90,922	0,000	0,732	2,854	0,005
Kualitas Layanan	0,288				3,393	0,001
Kepercayaan	0,429				5,433	0,000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5, pada uji F dapat diketahui bahwa hasil  $F_{hitung} = 90,922 > F_{tabel} = 2,70$  atau signifikansi =  $0,00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRlmo di Kota Semarang. Dengan begitu hipotesis yang menyatakan "Kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRlmo di Kota Semarang" (**H4**) dinyatakan **diterima**.

Pada uji t dapat diketahui bahwa hasil  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk =  $2,854 > t_{tabel} = 1,984$  atau signifikansi =  $0,005 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan "Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRlmo di Kota Semarang" (**H1**) dinyatakan **diterima**.

Pada uji t dapat diketahui bahwa hasil  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas layanan =  $3,393 > t_{tabel} = 1,984$  atau signifikansi =  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan "Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRlmo di Kota Semarang" (**H2**) dinyatakan **diterima**.

pada uji t dapat diketahui bahwa hasil  $t_{hitung}$  untuk variabel kepercayaan =  $5,433 > t_{tabel} = 1,984$  atau signifikansi =  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat diketahui bahwa hipotesis yang menyatakan "Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRlmo di Kota Semarang" (**H3**) dinyatakan **diterima**.

## Pembahasan

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Berdasarkan pada hasil uji t, dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} = 2,854$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,984$  maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,005 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial **berpengaruh signifikan** terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan kepuasan dari para nasabah khususnya dalam menggunakan aplikasi BRImo di Kota Semarang. Kualitas produk adalah sejauh mana suatu produk tersebut dapat memenuhi spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh nasabah diukur berdasarkan kehandalan, daya tahan, dan kinerja terhadap produk yang digunakan tersebut. Nasabah akan memiliki rasa kepuasan jika hasil evaluasi yang mereka lakukan menunjukkan bahwa produk yang selama ini mereka gunakan merupakan produk yang berkualitas. Dalam hal ini, penting untuk menjaga konsistensi suatu produk pada tingkat kualitas yang diharapkan oleh para nasabah.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kasengkang et al., (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Berdasarkan pada hasil uji t, dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} = 3,393$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,984$  maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial **berpengaruh signifikan** terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah khususnya dalam menggunakan aplikasi BRImo di Kota Semarang. Dengan adanya layanan yang efisien, responsif, dapat diandalkan, aman, memudahkan transaksi, dapat digunakan dimana saja dan menarik dapat memberikan pandangan yang lebih terhadap nasabah karena telah dapat memenuhi segala kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi. Apabila kualitas layanan BRImo meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Hal ini juga terbukti dari hasil kuesioner dimana indikator kualitas layanan menunjukkan dominasi tanggapan respon yang baik dari para responden terhadap variabel kualitas layanan yaitu setuju dan sangat setuju.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rininda et al., (2023) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Berdasarkan pada hasil uji t, dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} = 5,433$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,984$  maka dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan layanan secara parsial **berpengaruh signifikan** terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah khususnya dalam memakai aplikasi BRImo di Kota Semarang. Kepercayaan yang harus ada pada aplikasi BRImo antara lain seperti aplikasi dapat berjalan dengan baik sesuai harapan nasabah dan kehandalan aplikasi dapat berfungsi dengan baik tanpa gangguan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan layanan BRImo. Disamping itu keamanan juga menjadi faktor yang penting untuk mendapat kepercayaan dari nasabah. Dengan adanya keamanan yang baik seperti kerahasiaan data pribadi yang terjamin maka nasabah akan mempunyai kepercayaan untuk selalu bertransaksi di BRImo. Membangun kepercayaan nasabah dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap hubungan antara nasabah dan bank, sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah saat menggunakan layanan BRImo.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shafira et al., (2023) yang menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang**

Berdasarkan pada hasil uji F atau uji simultan, dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} = 90,922 > F_{tabel} = 2,70$  atau nilai signifikansi =  $0,00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan **berpengaruh signifikan** terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan dalam menerangkan kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang bisa dilihat melalui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada Tabel 4.16 yaitu sebesar 0,732 atau dalam persentase sebesar 73,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang sebesar 73,2%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti variabel kemudahan dan keamanan.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan penelitian

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRI Mobile (BRImo) Kota Semarang” dapat diambil Kesimpulan bahwa kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan dimana seluruh variabel berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa:

1. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.
2. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.
3. Variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.
4. Variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang.

### Implikasi Kebijakan

Variabel kepercayaan merupakan variabel yang berpengaruh positif dan memiliki nilai signifikansi terbesar terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Oleh karena itu BRI harus selalu memberikan rasa kepercayaan terhadap para nasabahnya melalui aplikasi BRImo dengan cara BRImo harus selalu dapat beroperasi dengan baik sesuai harapan nasabah dan kehandalan BRImo dapat berfungsi dengan baik tanpa gangguan. Disamping itu keamanan juga menjadi faktor yang penting untuk mendapat kepercayaan dari nasabah. Dengan adanya keamanan yang baik seperti kerahasiaan data pribadi yang terjamin maka nasabah akan mempunyai kepercayaan untuk selalu bertransaksi di BRImo. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa penilaian nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang terhadap variabel kepercayaan rata-rata memilih opsi 4 yang berarti sangat setuju atau sangat baik, tetapi masih ada masukan dari nasabah terkait kepercayaan seperti harus ada pembenahan sistem yang sering *trouble* dan mengurangi crash pada aplikasi dan birokrasi pelayanan khususnya kredit yang kurang praktis.

Variabel kualitas layanan merupakan variabel yang berpengaruh positif dan memiliki nilai signifikansi terbesar kedua terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Dengan adanya layanan yang efisien, responsif, dapat diandalkan, aman, memudahkan transaksi, dapat digunakan dimana saja dan menarik dapat memberikan pandangan yang lebih terhadap nasabah karena telah dapat memenuhi segala kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa penilaian nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang terhadap variabel kualitas layanan rata-rata memilih opsi 4 yang berarti sangat setuju atau sangat baik, tetapi masih ada masukan dari nasabah terkait kualitas layanan seperti saat memakai brimo salah satu nasabah mengalami kendala sinyal yang sering eror sehingga nasabah berharap untuk kedepannya BRImo dapat digunakan walaupun dengan sinyal yang minim.

Variabel kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh positif dan memiliki nilai signifikansi terbesar ketiga terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang. Nasabah akan merasa puas jika hasil evaluasi yang mereka lakukan menunjukkan bahwa produk yang selama ini mereka gunakan merupakan produk yang berkualitas. Dalam hal ini, penting untuk menjaga konsistensi produk BRImo pada tingkat kualitas yang diharapkan oleh para nasabah. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa penilaian nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang terhadap variabel kualitas produk rata-rata memilih opsi 4 yang berarti sangat setuju atau sangat baik,

tetapi masih ada masukan dari nasabah terkait kualitas produk seperti fitur lupa pin diaktifkan kembali dan aplikasi BRImo dapat memperbarui *interface* agar lebih menarik.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang dialami peneliti pada penelitian ini yaitu hasil dari pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) hanya mendapatkan nilai sebesar 0,732 atau dalam persentase sebesar 73,2% dan tersisa sebesar 26,8% variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti variabel kemudahan dan keamanan dari penelitian yang dilakukan Shafira et al., (2023) dan penelitian yang dilakukan Gusmana & Gunanto, (2020). Keterbatasan waktu pada saat penelitian, sehingga objek pada penelitian ini belum terlalu luas serta jumlah populasi yang tidak diketahui.

#### **Agenda Penelitian Mendatang**

Beberapa saran yang dapat disampaikan untuk penelitian mendatang yaitu diharapkan agar penelitian mendatang bisa menambahkan variabel yang belum ada dalam penelitian ini seperti variabel kemudahan dan keamanan dari penelitian yang dilakukan Shafira et al., (2023) dan penelitian yang dilakukan Gusmana & Gunanto, (2020) agar bisa memperoleh temuan baru terkait pada faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kota Semarang dan juga diharapkan agar penelitian mendatang dapat memperluas objek pada penelitian yang dilakukan serta dapat mengetahui jumlah populasi yang ada, sehingga sampel yang didapat bisa semakin banyak.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Bri. (2024). *BRI*. 2024. [bri.co.id](http://bri.co.id)
- Darno, D., Yanthy, S., & Yosepha, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tokopedia Di Jakarta Timur. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 39–50. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/108>
- Gusmana, B. Y. G., & Gunanto, E. Y. A. (2020). PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING PERBANKAN SYARIAH KOTA SEMARANG. *UNSPECIFIED*, 34(109 SE), 173–185. <http://so05.tcithaijo.org/index.php/DPUsthiparthatJournal/article/view/242303>
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN LINGKUNGAN FISIK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI DE MANDAILING CAFE SURABAYA. *Agora*, 7(1).
- Hasyim, Zuhra, I., Septi, A. J., & Dabutar, A. R. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN BRI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH ( STUDI PENGGUNA BRI MOBILE DI FAKULTAS. 8(30), 764–778.
- Kasengkang, D., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Bri Mobile (Brimo) Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Unit Tumpaan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1075–1084. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46860>
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Rininda, B. P., Nurmalina, R., & Diayanti, I. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA.
- Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Sarbutan, T. S., Montolalu, J., & Tumbel, T. M. (2015). Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Btpn Kanca Manado. *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 1–14.
- Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>
- Uopmabin, R. R., & Supriyadi, M. (2023). Analisis Pengaruh Fitur-Fitur Pada Layanan BRIMobile Terhadap Kepuasan Nasabah ( Studi Pada Pengguna Brimo Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *E B B A N K Vol. 13, No. 1, Juli 2023 Halaman : 007 – 014 ©, 7–14*.