

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Pengguna M-Banking Bank BRI di Kota Malang)

Hilda Alivia Firdaus *)

Nurhidayah **)

Abdullah Syakur Novianto ***)

Email : hildalivia02@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study is to test and analyze the influence of trust (X1), convenience (X2) and service quality (X3) on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The population of this study is Bank BRI customers in Malang City who use the BRIimo application. The sample of this study used the Malhotra formula, which was obtained from a sample of 90 respondent. This study uses a multiple linear regression analysis method, which is carried out using the SPSS 25 analysis program. The result of this study show that the Trust variable (X1) has no effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City, the Convenience variable (X2) has an effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City and the Service Quality variable (X3) has an effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City.

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

Pendahuluan

Saat ini telah banyak ditawarkan layanan perbankan digital oleh industri perbankan di Indonesia. Layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank untuk meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh layanan perbankan secara mandiri tanpa harus mendatangi kantor bank yaitu *electronic banking*. Salah satu fitur layanan *electronic banking* yang banyak diminati nasabah adalah *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan inovasi dari fitur layanan sebelumnya yaitu SMS banking dan *phone banking*. Bagi bank, *electronic banking* dapat menjadikan Solusi mempertahankan nasabah pada era digital ini.

Pada perusahaan perbankan, kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan karena dengan pelanggan merasa puas terhadap perusahaan, maka dapat mempertahankan citra perusahaan. Kepuasan nasabah adalah keadaan Dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa bank karena kinerja yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen (Zahara, 2018:30). Kepuasan nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan, juga ditentukan oleh kepercayaan nasabah serta kemudahan nasabah dalam bertransaksi.

Menurut Kholid dan Soemarso (2018) kepercayaan merupakan kepercayaan nasabah terhadap keandalan pihak bank dalam menjamin keamanan datanya. Terjaminnya keamanan serta kemudahan penggunaan fitur *mobile banking* dapat membuat nasabah percaya dan merasa puas dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pada penelitian Delvi (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan nasabah dalam bertransaksi juga merupakan tujuan dalam menciptakan kepuasan nasabah. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berarti layanan *mobile banking* akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari cara

bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dari hasil penelitian Safitri (2023) kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kualitas pelayanan yang baik memegang peran utama untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan kepada nasabah akan memunculkan suatu Tingkat kepuasan pada nasabah baik kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Begitupun dengan menciptakan adanya fitur dan layanan sesuai keinginan nasabah yang tersedia pada aplikasi *mobile banking*, juga merupakan Upaya perbankan dalam memberikan kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Dalam penelitian Kasengkang (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Bank	Jumlah User	Transaksi	Pertumbuhan	Nilai Transaksi
BRImo	29,8 juta	2,18 miliar	79,1%	Rp. 2.984 triliun
Livin	21,0 juta	2,02 miliar	46%	Rp. 2.400 triliun
BNI Mobile	15,6 juta	738 juta	75,3%	Rp. 874 triliun
BTN Mobile	593 juta	-	78%	Rp. 2 triliun
BSI Mobile	5,9 juta	266,29 juta	32,8%	Rp. 338,22 triliun

Gambar 1. Tabel Pengguna Mobile Banking

Sektor perbankan yang berhasil melakukan perubahan melalui pengembangan aplikasi *mobile banking* yaitu BRI. BRImo milik BRI mencatat jumlah pengguna tertinggi hingga September 2023, yakni sebanyak 29,8 juta dengan jumlah transaksi 2,18 miliar senilai Rp. 2.984 triliun. Dari hasil tersebut BRI menduduki posisi pertama diantara *mobile banking* yang dikembangkan oleh bank-bank Hibara yang meliputi jumlah pengguna hingga nilai transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan sebelumnya nasabah merasa puas menggunakan aplikasi BRImo, namun terdapat beberapa kekurangan seperti, sering terjadi kegagalan saat melakukan transaksi dikarenakan jaringan yang tidak stabil dan terdapat kendala verifikasi saat mendaftarkan di aplikasi BRImo.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada Pengguna M-Banking Bank BRI di Kota Malang**).

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan pelanggan yaitu keadaan Dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang diterima dari kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkannya. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan atau layanan, kualitas produk, harga, biaya dan faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat. Indikator kepuasan nasabah menurut Lupiyoadi (2014), yaitu:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan nasabah
3. Konfirmasi harapan
4. Niat beli ulang
5. Kesiediaan untuk merekomendasikan

Kepercayaan

Menurut Jogiyanto dalam Saputra dan Pratama (2019) kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individu setelah mengumpulkan, memproses dan mensintesis informasi serta memasukkan penilaian-penilaian individual dari bermacam-macam hasil (outcome) yang berkaitan. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan. Adapun beberapa indikator kepercayaan konsumen (Kotler dan Keller, 2016), yaitu:

1. *Benevolence*
2. *Ability*

3. *Integrity*
4. *Willingness to depend*

Kemudahan

Persepsi kemudahan pengguna merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami menurut Davis (1989). Kemudahan pengguna pada layanan *mobile banking* menunjukkan bahwa *mobile banking* dirancang atau dibuat bukan untuk membuat nasabahnya merasa kesulitan dalam melakukan transaksi, tetapi justru mempermudah nasabah untuk melakukan maupun menyelesaikan transaksinya. Menurut Davis (dalam Apriyani dan Suharti, 2017:24) indikator kemudahan, yaitu:

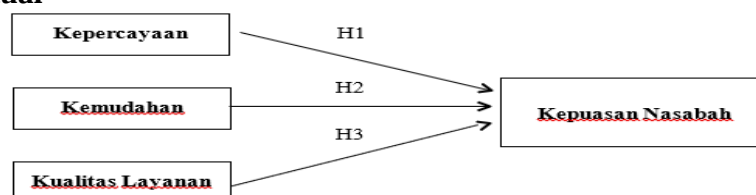
1. Sistem sangat mudah dipelajari
2. Sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna
3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan sistem tersebut
4. Sistem sangat mudah dioperasikan

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan menurut Tjiono (2014). Kualitas layanan yang berbasis *website* seperti *mobile banking* adalah kemampuan layanan elektronik yang mampu memfasilitasi nasabah bertransaksi perbankan secara efektif dan kualitas layanan *mobile banking* teruji setelah nasabah mendapatkan layanan (Sudirman dan Suasana, 2018). Indikator kualitas layanan menurut Kotler (2017:65), yaitu:

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurances*
4. *Empathy*
5. *Tangibles*

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis disebut juga dengan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1 : Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *M-Banking* Bank BRI di Kota Malang.
- H2 : Kemudahan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *M-Banking* Bank BRI di Kota Malang.
- H3 : Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *M-Banking* Bank BRI di Kota Malang.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan kausal

(sebab-akibat) antar variabel melalui pengujian hipotesis sehingga memungkinkan diperoleh suatu kesimpulan. Penelitian dilakukan pada pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang yang dimulai pada bulan November 2023 sampai bulan Juni 2024 dengan penyebaran angket (kuesioner) menggunakan *Google Form* melalui media sosial, seperti *WhatsApp* dan *Instagram*.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan menurut Sugiyono (2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI di Kota Malang pengguna aplikasi BRImo. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini jumlah variabel yang diamati sebanyak 18 indikator, maka diperoleh hasil sampel 90 responden menggunakan rumus Malhotra dengan kriteria tertentu seperti, pengguna aplikasi BRImo dan pernah melakukan transaksi minimal 2 kali.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1	X1.1	0,757	0,2072	Valid
	X1.2	0,805	0,2072	Valid
	X1.3	0,839	0,2072	Valid
	X1.4	0,674	0,2072	Valid
X2	X2.1	0,732	0,2072	Valid
	X2.2	0,792	0,2072	Valid
	X2.3	0,760	0,2072	Valid
	X2.4	0,775	0,2072	Valid
X3	X3.1	0,722	0,2072	Valid
	X3.2	0,707	0,2072	Valid
	X3.3	0,769	0,2072	Valid
	X3.4	0,755	0,2072	Valid
	X3.5	0,782	0,2072	Valid
Y	Y1	0,722	0,2072	Valid
	Y2	0,650	0,2072	Valid
	Y3	0,738	0,2072	Valid
	Y4	0,758	0,2072	Valid
	Y5	0,716	0,2072	Valid

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari tabel di atas kemudian membandingkan antara r hitung dan r tabel terhadap uji validitas yang telah disebarkan pada 90 responden dan r tabel disesuaikan jumlah responden mendapatkan nilai sebesar 0,2072. Nilai r hitung variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Kualitas Layanan (X3), dan Kepuasan Nasabah lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada indikator-indikator bersifat valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Kepercayaan	0,755	Reliabel
2.	Kemudahan	0,762	Reliabel
3.	Kualitas Layanan	0,800	Reliabel
4.	Kepuasan Nasabah	0,775	Reliabel

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Kualitas Layanan (X3) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,39739509
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,069
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 ^{c,d}

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari tabel diatas diketahui nilai signifikan sebesar 0,089 yang mana lebih besar dari 0,05 (0,089>0,05), maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kepercayaan (X1)	.318	3.149
Kemudahan (X2)	.369	2.708
Kualitas Layanan (X3)	.385	2.599

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Maka dikatakan bahwa data terbebas dari multikolonearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.875	.969		.903
	Kepercayaan	-.044	.086	-.097	-.507
	Kemudahan	.023	.079	.051	.286
	Kualitas Layanan	.025	.066	.066	.382

a. Dependent Variable: abs res

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi variabel independen diatas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas sesuai dengan pengujian menggunakan *uji glejser*.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	3.237	1.519		2.132
	Kepercayaan	.240	.135	.205	1.781
	Kemudahan	.329	.124	.283	2.655
	Kualitas Layanan	.386	.104	.389	3.726

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data primer diolah tahun 2024

$$Y = 3,237 + 0,240(X1) + 0,329(X2) + 0,386(X3) + e$$

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda di atas yang bertujuan untuk mengukur besar hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) menunjukkan bahwa semua variabel

bebas (Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan) berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Nasabah yang mana jika mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah ikut meningkat begitupun sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	303.246	3	101.082	48.936	.000 ^b
	Residual	177.643	86	2.066		
	Total	480.889	89			
a. Dependent Variable						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Layanan						

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari data di atas dapat diketahui nilai F hitung sebesar 48,936 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna m-banking Bank BRI di Kota Malang.

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.237	1.519		2.132	.036
	Kepercayaan	.240	.135	.205	1.781	.078
	Kemudahan	.329	.124	.283	2.655	.009
	Kualitas Layanan	.386	.104	.389	3.726	.000
	a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari data di atas dapat diketahui hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun ketentuan pada uji t, yaitu jika nilai signifikan < 0,05 maka dikatakan variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dan jika > 0,05 maka dikatakan variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	.794 ^a	.631	.618	1.437
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Layanan				

Sumber: data primer diolah tahun 2024

Dari data di atas dapat diketahui bahwa nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,618 atau 61,8%, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel kepercayaan (X1), kemudahan (X2) dan kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan nasabah sebesar 61,8%. Sisa sebesar 38,2% dipengaruhi variabel lain selain variabel yang ada pada penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel kepercayaan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kenyamanan nasabah saat menggunakan aplikasi BRImo. Oleh karena itu dapat

disimpulkan bahwa kenyamanan untuk nasabah kurang diperhatikan sehingga nasabah kurang menikmati saat menggunakan aplikasi BRImo.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Delvi (2021) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking pada BRI Syariah KCP Weleri.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel kemudahan menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Banyaknya manfaat yang didapatkan oleh nasabah dan kemudahan akses dimana saja juga memicu rasa kepuasan nasabah saat menggunakan aplikasi BRImo. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin mudah nasabah dapat mengakses layanan dan menyelesaikan tugas mereka, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pengalaman penggunaan layanan tersebut.

Penelitian ini selaras dengan Safitri (2023) yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking secara signifikan positif.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian kualitas layanan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin lengkap fitur yang disediakan oleh BRImo semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan BRImo.

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu Kasengkang (2023) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m-banking Bank BRI di Kota Malang.
- b. Variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m-banking Bank BRI di Kota Malang.
- c. Variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m-banking Bank BRI di Kota Malang.

Keterbatasan

- a. Informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya
- b. Perlu mencari variabel lain yang mampu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah karena variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak bersangkutan sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan
 - a. Dalam variabel kepercayaan yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka diharapkan Bank BRI dapat melakukan berbagai langkah mendalam, seperti konsisten dalam menyediakan layanan yang andal dan mempertahankan kemudahan akses, serta transparansi

kebijakan kepada nasabah untuk dapat membangun kepercayaan nasabah dan memperkuat kepuasan nasabah pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.

- b. Diharapkan kemudahan akses pada penggunaan *m-banking* Bank BRI dapat dipertahankan serta ditingkatkan untuk membantu meningkatkan kepuasan nasabah
- c. Kualitas layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* dapat dilakukan dengan meningkatkan ketanggapan, keandalan, jaminan, serta empati kepada nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan menambah variabel lain, seperti variabel keamanan dalam penelitian selanjutnya karena dapat memberikan berbagai manfaat penting, terutama dalam konteks meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak untuk menghasilkan data yang lebih akurat.
- c. Diharapkan melakukan penelitian berkelanjutan agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.

Referensi

- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen Kinerja*, 24-29.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 151-162.
- Panjaitan, J. E., & Yulianti, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung [The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction At Jne Branch In Bandung]. *Derema Jurnal Manajemen* , 265-289.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal Emba*, 891-900.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia [Effect Of Mobile Banking (M-Banking) Service Quality On Customer Satisfaction In Indonesia]. *Derema Jurnal Manajemen*.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. *Journal Of Business & Banking*, 113-128.
- Alawiyah, D., & Ariyanty, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero). *E-Proceeding Of Management*, 2549-2556.
- Ali, S. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 1-13.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kcp Sumenep). *Journal Of Islamic Economics*, 70-89.
- Amri, K. (2017). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Dan Ketimpangan Pendapatan : Data Panel 8 Provinsi Di Sumatera. *Jurnal Emt Kita*, 1-11.
- Ayuningtyas, K. A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 63-76.

- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada Bri Syariah Kcp Weleri. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 60-70.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Stei*, 27-37.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pt Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 110-117.
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 10-19.
- Haryanti, K., & Hadi, S. (2004). Hubungan Persepsi Mutu Pelayanan Dan Nilai Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Psikodimensia, Kajian Ilmu Psikologi*, 46-56.
- Kamarudin, J., Nursiah, & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bri Kabupaten Mamuju). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11-18.
- Kasengkang, D. I., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Bri Mobile (Brimo) Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Unit Tumpaan. *Jurnal Emba*, 1075-1084.
- Khumaini, S., Fahrudin, & Samsuri. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Journal Of Islamic Economics And Banking*, 143-153.
- Laili, L. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kehandalan, Dan Jaminan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa (Studi Pada Kp Jne Mojoagung). *Doctoral Dissertation, Stie Pgri Dewantara*.
- Lasyakka, B. (2015). Faktor - Faktor Kualitas E Service Yang Berpengaruh Terhadap Perceived Value Pada Website Ecommerce Lazada.Co.Id (Studi Pada Warga Lingkungan Rw. 3 Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*.
- Lumempow, N. R., Mandey, S., & Rotinsulu, J. J. (2015). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado. *Jurnal Emba*, 1275-1286.
- Mandiri, A. C., Efriyanto, & Metekohy, E. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 1423-1430.
- Nurhandayani, P. (2022). Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Jakarta Koja 2). *Doctoral Dissertation, Stie Indonesia Jakarta*.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. G. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 927-953.
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking Pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal Of Information System Research (Josh)*, 367-373.
- Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan Go-Ride (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 158-176.
- Rahmah, R. A. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Waroeng Steak And Shake Medan. *Jurnal At-Tawassuth*, 246-267.
- Safitri, T. A. (2023). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Di Bank Bri Syariah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 112-122.

- Shomad, A. C. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 1-20.
- Simanullang, F., Siagian, E. M., & Manurung, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada. Pt. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Unit Lintongnihuta. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, 221-232.
- Stefani, F. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pelanggan Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta). *Doctoral Dissertation, Uajy*.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 447-455.
- Suyudi, M., Tandirerung, Y. T., & Lestari, H. (2023). Dimensi Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kemudahan Mobile Banking Atas Kepuasan Nasabah Bri Cabang Samarinda. *Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*, 57-68.
- Ula, A. A., Hidayati, N., & Novianto, A. S. (2023). Peran Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Kantor Kas Universitas Islam Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 1300-1307.
- Zega, D. A. (2021). Hubungan Antara Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Pengguna E-Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Medan. *Doctoral Dissertation, Universitas Hkbp Nommensen*.

Hilda Alivia Firdaus *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nurhidayah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Abdullah Syakur Novianto ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma