

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Pengguna Brimo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

Chelsea Windiana*)
Arini Fitria Mustapita**)
Eris Dianawati***)

Email: 22101081341@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to identify and assess how ease of use (X1), risk perception (X2), and customer trust (X3) affect BRImo user loyalty (Y). This study adopts a quantitative research design and uses a probability sampling technique specifically, stratified random sampling with a total of 60 respondents. These respondents are students of the 2021 intake at the Islamic University of Malang. The data were analyzed using various tests, including validity, reliability, normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests, along with multiple linear regression analysis. In addition, the F test (for simultaneous effects), t test (for individual effects), and coefficient of determination tests were conducted using SPSS 30. The findings indicate that ease of use and customer trust have a significant positive effect on loyalty, both individually and collectively, while risk perception has a significant partial negative impact on loyalty.

Keywords: *Ease Of Use, Risk Perception, Customer Trust, User Loyalty*

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sudah memberikan signifikan pada beragam aspek kehidupan sosial, mencakup sektor perbankan. Budhiani dan Rifazka (2024) menyatakan bahwa prospek digital bank di Indonesia sangat menjanjikan, terutama seiring dengan peningkatan adopsi teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Transformasi ini membuka peluang besar bagi digital banking untuk menjangkau segmen pasar dengan potensi tinggi dan daya beli yang kuat. Artikel Kontan.co.id (2024) mengungkapkan bahwa hingga akhir September 2024, BRImo telah digunakan oleh 37,14 juta nasabah, dengan tercatat 3,15 miliar transaksi finansial senilai total Rp4.034 triliun. Pertumbuhan sebesar 35,20% dibandingkan tahun sebelumnya menandakan eskalasi penggunaan *mobile banking* yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Loyalitas nasabah menjadi salah satu faktor utama dalam memilih dan mempertahankan layanan perbankan. Dwinurpitasari (2019) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan pendorong utama agar mereka terus menggunakan produk perbankan, sementara kekecewaan cenderung membuat nasabah beralih ke produk lain.

Selain kepuasan, kemudahan penggunaan juga memainkan peran penting. Sebagai contoh, layanan BRImo, yang dikutip dari artikel bri.co.id (2024), dirancang untuk memudahkan proses pembayaran secara cepat dan efisien. Dengan inovasi tersebut, nasabah tidak perlu lagi repot mencari ATM atau minimarket, sehingga menunjukkan bahwa pasar *mobile banking* di Indonesia memiliki cakupan yang sangat luas. Hal tersebut di dukung oleh Susanti et al. (2021) yang menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* dapat berkontribusi besar dalam membangun loyalitas nasabah.

Di sisi lain, persepsi risiko yang mencakup kekhawatiran terhadap potensi ancaman seperti peretasan, kehilangan data pribadi, atau kesalahan transaksi juga memengaruhi keputusan nasabah.

Penelitian Sudarti & Susanti (2018) menunjukkan bahwa pandangan tentang kemudahan, kemanfaatan, dan risiko mempengaruhi secara positif minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Perihal tersebut dibuktikan oleh kasus hilangnya dana nasabah senilai Rp402 juta di Palembang, yang menjadi fokus perhatian BRI karena kejahatan keuangan digital tersebut tidak hanya merugikan bank, tetapi juga berpotensi menodai reputasinya (Febriari, 2025).

Kepercayaan nasabah juga merupakan aspek krusial. Artikel di babelpos.id yang ditulis oleh Jal (2024) menyoroti keunggulan bank BRI yang terletak pada jaringan digital yang luas, sehingga mampu menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Temuan tersebut selaras dengan studi Rinaldy et al. (2017) yang mengindikasikan hadirnya pengaruh positif serta nampak signifikansinya antara kepercayaan nasabah dengan loyalitas.

Kajian ini memiliki tujuan agar dapat melakukan analisis terhadap pengaruh kemudahan penggunaan, persepsi risiko, serta kepercayaan nasabah terhadap loyalitas pengguna BRImo. Diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi perbankan digital yang lebih efektif, berorientasi pada peningkatan loyalitas nasabah, serta mampu menghadapi tantangan di era digital yang senantiasa mengalami perkembangan.

Berdasarkan research gap serta dengan adanya fenomena yang dipaparkan dan teori yang dijelaskan maka penelitian ini akan melakukan riset lanjutan dengan berupa tugas akhir dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Pengguna BRImo”**. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)”

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Loyalitas Nasabah

Loyalitas, menurut Mowen dan Minor (1998), dapat didefinisikan sebagai keadaan di mana konsumen menunjukkan perilaku mendukung kepada sebuah merek serta menunjukkan komitmen kepada merek itu, serta berniat untuk senantiasa melakukan pembeliannya di masa depan.

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan dalam konteks *mobile banking* mengacu pada seberapa mudah nasabah dapat mengakses dan menggunakan layanan tersebut. Menurut Davis (2019), kemudahan penggunaan tercermin dari persepsi individu yang merasa bahwa pemanfaatan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar.

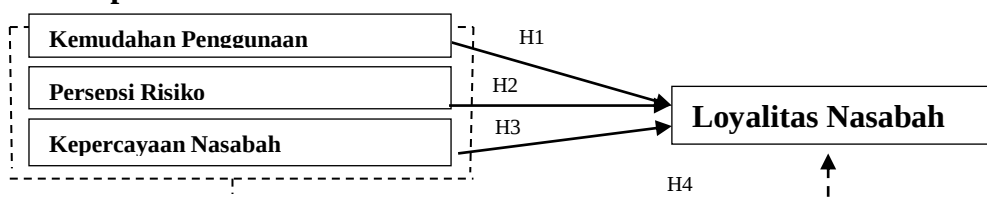
Persepsi Risiko

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi risiko merupakan berbagai pandangan yang berasal dari pandangan pelanggan terkait ketidakpastian dan potensi kemunculan akibat yang tidak diharapkan saat menjalankan suatu aktivitas.

Kepercayaan Nasabah

Menurut Chu (2003) kepercayaan diartikan sebagai dimensi kepercayaan yang berlandaskan oleh kemurnian dan reliabilitas serta hubungan antara konsumen dan penyedia.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Mengacu pada kerangka konseptual yang ada,kajian ini akan mengajukan beberapa hipotesis yang akan diuji yaitu:

H1: Kemudahan penggunaan, persepsi risiko, serta kepercayaan nasabah berpengaruh positif serta signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif serta signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

H3: Persepsi risiko berpengaruh positif serta signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

H4: Kepercayaan nasabah berpengaruh positif serta signifikan secara parsial terhadap loyalitas Nasabah.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Studi ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan didefinisikan sebagai ragam penelitian *Explanatory research*. Tujuannya adalah agar dapat menguji hubungan antar variabel, menentukan apakah ada asosiasi antara sebuah variabel dengan variabel yang lain, serta mengetahui apakah suatu variabel dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain (Mulyadi, 2011). Penelitian ini diimplementasikan pada mahasiswa angkatan 2021 pengguna aktif BRI modi Universitas Islam Malang dan dimulai pada bulan Oktober 2024 sampai Februari 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam kajian ini terdiri dari mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2021 yang memanfaatkan BRI modi.

Sampel

Riset ini menerapkan rumus malhotra untuk memastikan jumlah sampel dengan cara jumlah indikator dikali dengan 5. Indikator dalam penelitian ini sebanyak 12 indikator. Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= 5 \times \text{Jumlah Indikator} \\ 5 \times 12 &= 60 \text{ responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah responden pada kajian ini berjumlah 60 orang. Dalam kajian ini, peneliti menerapkan teknik *probability sampling* yakni *stratified random sampling* agar pemilihan sampel, yang dianggap sesuai dengan kajian ini, karena ukuran sampel yang diambil dapat ditetapkan melalui cara membagi proporsi tiap strata dengan total keseluruhan mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2021, kemudian dikalikan dengan jumlah sampel dalam penelitian ini. Metode ini bertujuan untuk meningkatkan keakurasian hasil penelitian dan memastikan representasi yang adil dari seluruh populasi.

Tabel 1. Hasil Pengambilan Sampel Dengan *Stratified Random Sampling*

No.	Fakultas	Jumlah Populasi Strata	Jumlah Sampel Terpilih
1	Fakultas Agama Islam	388	10
2	Fakultas Hukum	141	4
3	Fakultas Pertanian	125	3
4	Fakultas Peternakan	76	2
5	Fakultas Kedokteran	152	5
6	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	41	1
7	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	207	5
8	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	639	17
9	Fakultas Ilmu Administrasi	283	7
10	Fakultas Teknik	196	4
Total		2.238	60

Sumber data: BAAK Unisma 2025

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Hasil karakteristik responden yang didapatkan dari kuesioner meliputi:

a. Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini terdapat 60 responden dengan selisih 2 poin dari total responden. Ada 31 responden dengan jenis kelamin laki-laki, berpersentase 52% dari total responden. Sementara 29 responden dengan jenis kelamin perempuan berpersentase 48% dari total keseluruhan responden. Menurut angka-angka tersebut mampu ditarik kesimpulan bahwasanya mayoritas responden ialah laki-laki.

b. Fakultas

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat mahasiswa dari Fakultas Agama Islam dengan persentase 16,7%, Fakultas Hukum dengan persentase 6,7%, Fakultas Pertanian dengan persentase 5%, Fakultas Peternakan dengan persentase 3,3%, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dengan persentase 1,7%, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan persentase 10%, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan persentase 28,3%, Fakultas Ilmu Administrasi dengan persentase 13,3%, Fakultas Teknik dengan persentase 8,3%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Kuesioner dinilai valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, serta jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah	Y1	0,847	0,2542	Valid
	Y2	0,901	0,2542	Valid
	Y3	0,864	0,2542	Valid
Kemudahan Penggunaan	X1.1	0,838	0,2542	Valid
	X1.2	0,755	0,2542	Valid
	X1.3	0,864	0,2542	Valid
Persepsi Risiko	X2.1	0,835	0,2542	Valid
	X2.2	0,846	0,2542	Valid
	X2.3	0,892	0,2542	Valid
Kepercayaan Nasabah	X3.1	0,869	0,2542	Valid
	X3.2	0,697	0,2542	Valid
	X3.3	0,834	0,2542	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berlandaskan tabel 2 mampu dipahami bahwasanya $r \text{ tabel}$ bernilai 0,2542, dimana nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ yaitu $r \text{ hitung} > 0,2542$. Nilai $r \text{ hitung}$ variabel kemudahan penggunaan (X1), persepsi risiko (X2), kepercayaan nasabah (X3), loyalitas nasabah (Y) yang didapatkan dari hasil nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari $r \text{ tabel}$. Sehingga mampu disimpulkan bahwasanya semua item variabel tersebut dinilai valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipahami sebagai tindakan uji yang diterapkan agar dapat mengukur konsistensi alat ukur, apakah alat-alat ukur tersebut nantinya mampu konsisten apabila pengukurannya dilakukan kembali. Mengukur uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*, dimana bila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka mampu dinilai reliabel, namun bila nilai *Alpha Cronbach* $< 0,60$ maka dinilai tidak reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	0,840	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,757	Reliabel
Persepsi Risiko (X2)	0,815	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (X3)	0,721	Reliabel

Sumber: Data diolah 2025

Merujuk pada tabel 3 dapat dilihat bahwasanya nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Oleh karenanya, mampu disimpulkan bahwasanya instrumen kajian ini reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas diselenggarakan supaya mengetahui apakah data yang dipakai dalam kajian mengikuti distribusi normal. Kita bisa melakukan pengecekan ini dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai *Asymp sig* melebihi 0,05, maka mampu disimpulkan bahwasanya data yang diperoleh terdistribusi normal. Begitupun sebaliknya.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		60	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.25696053	
Most Extreme Differences	Absolute	.063	
	Positive	.061	
	Negative	-.063	
Test Statistic		.063	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.809	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.799
		Upper Bound	.819
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.			

Sumber: Data diolah 2025

Dapat ditinjau bahwa variabel loyalitas nasabah (Y), kemudahan penggunaan (X1), persepsi risiko (X2), serta kepercayaan nasabah (X3) bernilai *Asymp sig* sebesar 0,200. Oleh karena itu, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya data pada kajian ini mempunyai distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas memiliki tujuan agar dapat mengungkap keberadaan korelasi yang tinggi di antara setiap variabel independen. Untuk mengetahuinya, perlu dilihat nilai *tolerance* serta VIF (*Variance Inflation Factor*). Sebuah variabel bebas dari multikolinearitas jikalau nilai toleransi yang dihasilkan lebih dari 0,01 serta nilai VIF-nya kurang dari 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.294	1.453	.891	.377			
	X1	.504	.111	.446	4.548	.000	.660	1.516
	X2	-.129	.053	-.197	-2.409	.019	.945	1.059
	X3	.469	.112	.416	4.180	.000	.639	1.564

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah 2025

Mampu ditarik kesimpulan bahwasanya variabel independen pada studi ini tidak mengalami multikolinearitas. Contohnya adalah variabel kemudahan penggunaan (X1) yang nilai *tolerance*-nya $0,660 > 0,10$ serta nilai VIF-nya $1,516 < 10$. Nilai *tolerance* dari variabel persepsi risiko (X2) ialah 0,945, yang lebih besar dari 0,10, serta nilai VIF-nya adalah 1,059, yang kurang dari 10. Nilai *tolerance* pada variabel kepercayaan nasabah (X3) ialah 0,639, yang lebih besar dari 0,10, serta nilai VIF-nya ialah 1,564, yang kurang dari 10. Oleh karena itu, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya seluruh variabel independen tidak mengalami multikolinearitas ataupun tidak terjadi relasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan agar dapat mengetahui terdapat atau tidaknya perbedaan varians residual antara satu riset dan yang lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut perlu melakukan uji Glejser. Heteroskedastisitas tidak dialami oleh suatu variabel apabila nilai signifikansi dari variabel independennya lebih besar dari 0,05. apabila nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05, maka heteroskedastisitas terjadi.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan (X1)	0,102	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2	Persepsi Risiko (X2)	0,147	Tidak terjadi heteroskedastisitas
3	Kepercayaan Nasabah (X3)	0,691	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah 2025

Dapat dipahami bahwasanya tidak ada heteroskedastisitas pada variabel independen dalam kajian ini. Contoh tersebut ditandai dengan variabel kemudahan penggunaan (X1) yang memiliki nilai signifikansi $0,102 > 0,05$. Persepsi risiko (X2) memiliki nilai signifikansi 0,147 yang lebih besar dari 0,05. Variabel kepercayaan nasabah (X3) bernilai signifikansi 0,691, yang lebih besar dari 0,05. Sehingga, mampu diartikan bahwasanya tidak berlangsung heteroskedastisitas terhadap seluruh variabel independen pada kajian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dimanfaatkan supaya mampu melakukan analisis terhadap pengaruh linier antara dua ataupun lebih variabel independen terhadap sebuah variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.294	1.453	.891	.377
	X1	.504	.111	.446	.4548
	X2	-.129	.053	-.197	.019
	X3	.469	.112	.416	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber: Data diolah 2025

Berlandaskan pada tabel 7 diperoleh persamaan seperti di bawah ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1.294 + 0,504X_1 - 0,129X_2 + 0,469X_3 + e$$

Penjelasan :

Y : Loyalitas Nasabah

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien Regresi

X_1 : Kemudahan Penggunaan

X_2 : Persepsi Risiko

X_3 : Kepercayaan Nasabah

Berdasarkan pada persamaan regresi tersebut, hasil regresi linier berganda mampu diartikan bahwasanya:

- Konstanta sebesar 1.294 dapat ditafsirkan bahwa skor variabel kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepercayaan nasabah dianggap hilang atau setara dengan nol, maka loyalitas nasabah adalah 1,294.
- Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (b_1) sebanyak 0,504 yang berarti bahwasanya dengan meningkatnya kemudahan penggunaan, loyalitas nasabah juga akan meningkat. Di sisi lain, jika kemudahan penggunaan menurun, maka loyalitas nasabah juga dapat berkurang.
- Koefisien regresi variabel persepsi risiko (b_2) sebesar -0,129 dapat diartikan bahwasanya ketika persepsi risiko meningkat maka loyalitas nasabah dapat menurun. Berlaku kebalikan, apabila persepsi risiko mengalami penurunan maka loyalitas nasabah dapat memperoleh peningkatan.

- d. Koefisien regresi variabel kepercayaan nasabah (b_3) sebanyak 0,469 dapat diartikan bahwa dengan meningkatnya kepercayaan nasabah, loyalitas mereka juga akan meningkat. Di sisi lain, jika kepercayaan nasabah menurun, maka loyalitas nasabah akan berkurang pula.

Uji Hipotesis

Uji F (simultan)

Uji F ditujukan agar bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikansi antara variabel independen dengan cara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.766	3	56.589	33.996	.000 ^b
	Residual	93.217	56	1.665		
	Total	262.983	59			
a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Nasabah (X3), Persepsi Risiko (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)						

Sumber: Data diolah 2025

Model regresi dianggap FIT bila nilai sig. kurang dari 0,05. Melalui hasil uji F, dipahami bahwa nilai sig. bernilai $0,000 < 0,05$ sehingga bisa disimpulkan bahwasanya variabel independen mempengaruhi dengan nampak signifikansinya dengan cara simultan terhadap variabel dependen. Yakni, variabel kemudahan penggunaan (X1), persepsi risiko (X2), serta kepercayaan nasabah (X3) dengan cara simultan mempengaruhi variabel loyalitas nasabah (Y).

Uji t (parsial)

Uji t dimanfaatkan agar dapat mengetahui apakah ada pengaruh signifikan variabel independen dengan cara parsial (masing-masing) terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.294	1.453		.891	.377
	X1	.504	.111	.446	4.548	.000
	X2	-.129	.053	-.197	-2.409	.019
	X3	.469	.112	.416	4.180	.000
a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH						

Sumber: Data diolah 2025

Berlandaskan pada tabel 9 apabila nilai sig. $< 0,05$ mampu ditarik kesimpulan bahwasanya terdapat pengaruh signifikan. Jika nilai signifikansinya tepat 0,05, maka untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen mampu dilaksanakan dengan membandingkan t-hitung dan t-tabel.

- Hasil uji t variabel kemudahan penggunaan (X1) didapatkan sebanyak 4,548 dengan nilai signifikan sebanyak $0,000 < 0,05$ yang memperlihatkan bahwasanya kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas nasabah.
- Hasil uji t variabel persepsi risiko (X2) diperoleh sebanyak -2,409 dengan nilai signifikan sebanyak $0,019 < 0,05$ yang memperlihatkan bahwasanya persepsi risiko memberikan pengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- Hasil uji t variabel kepercayaan nasabah (X3) diperoleh sebanyak 4,180 dengan nilai signifikan sebanyak $0,000 < 0,05$ yang memperlihatkan bahwasanya kepercayaan nasabah memberikan pengaruh terhadap positif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas nasabah.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi difungsikan agar dapat melakukan pengukuran sampai manakah variabel independen bisa memaparkan variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.646	.627	1.29019
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Nasabah (X3), Persepsi Risiko (X2), Kemudahan Penggunaan (X1)				
b. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH				

Sumber: Data diolah 2025

Nilai *adjusted r square* dapat diketahui dari tabel 10, yaitu 0,627 (62,7%). Variabel independen dapat disimpulkan bahwa mempengaruhi variabel dependen sebanyak 62,7% serta sisa yang lain sebanyak 37,3% dijabarkan oleh variabel lainnya yang tidak dikaji oleh kajian ini.

Implikasi Penelitian

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pada Uji F yang sudah dilaksanakan memperlihatkan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, persepsi risiko, serta kepercayaan nasabah dengan cara simultan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BRImo. Maka dapat dinyatakan pengujian ini memperlihatkan bahwasanya H1 diterima. Kajian ini sejalan dengan riset dari Susanti, E. (2021), dan Samara, A. (2023) yaitu kemudahan dalam penggunaan suatu aplikasi berpengaruh serta dapat berkontribusi dalam membangun loyalitas. Selain itu penelitian dari Muis, et al (2021), dan Azhara., (2024) yaitu persepsi risiko nasabah terhadap aplikasi *m-banking* berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas. Kemudian penelitian dari Rinaldy, et al (2017), dan Astuti., et al (2020) yaitu kepercayaan nasabah pada aplikasi berpengaruh positif dalam membangun loyalitas.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pada hasil temuan yang sudah dilaksanakan menandakan bahwasanya variabel kemudahan penggunaan mempengaruhi secara positif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat dinyatakan pengujian ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dalam suatu aplikasi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan BRImo. Temuan studi ini selaras dengan studi yang diselenggarakan oleh Susanti, E. (2021), dan Samara, A. (2023) yaitu kemudahan dalam penggunaan suatu aplikasi berpengaruh serta dapat berkontribusi dalam membangun loyalitas. Dengan demikian, menjaga kemudahan serta meningkatkan kualitas aplikasi BRImo bisa menjadi langkah efektif untuk meningkatkan loyalitas seorang nasabah dalam penggunaan BRImo

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil riset yang sudah dilaksanakan memperlihatkan bahwasanya variabel persepsi risiko mempengaruhi secara negatif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat dinyatakan bahwa H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terkait risiko dalam suatu aplikasi merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seorang nasabah untuk tetap setia menggunakan BRImo. Temuan kajian ini selaras dengan studi yang dilaksanakan oleh Muis, et al (2021), dan Azhara (2024) yaitu persepsi risiko nasabah terhadap aplikasi *m-banking* memberikan pengaruh negatif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas. Dengan demikian, menjaga keamanan serta meningkatkan kualitas aplikasi BRImo bisa menjadi langkah efektif untuk meningkatkan loyalitas seorang nasabah dalam penggunaan BRImo.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berlandaskan *output* studi yang telah dilaksanakan mengindikasikan bahwasanya variabel kepercayaan nasabah mempengaruhi secara positif serta nampak signifikansinya terhadap loyalitas nasabah. Maka mampu dinyatakan bahwasanya H4 diterima. Temuan studi ini selaras dengan studi yang diselenggarakan oleh Rinaldy, et al (2017), dan Astuti., et al (2020) yaitu kepercayaan nasabah pada aplikasi berpengaruh positif dalam membangun loyalitas. Dengan demikian, menjaga kemudahan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah terhadap BRImo bisa menjadi langkah efektif untuk meningkatkan loyalitas seorang nasabah dalam menggunakan BRImo.

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Mengacu pada hasil tindakan pengujian serta pembahasan, mampu ditarik kesimpulan bahwasanya variabel kemudahan penggunaan, persepsi risiko, serta kepercayaan nasabah memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna BRImo pada mahasiswa Universitas Islam Malang.

Keterbatasan

Kajian ini hanya melibatkan responden dari mahasiswa Universitas Islam Malang, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya mewakili perilaku penggunaan *mobile banking* pada populasi mahasiswa secara lebih luas. Dan penelitian ini belum mencakup variabel eksternal lain yang mungkin berpengaruh terhadap loyalitas pengguna *mobile banking*.

Saran

Penelitian ini meneliti mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2021, dan penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel, menambah variabel, serta menggunakan metode kualitatif untuk hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, instrumen penelitian dapat disempurnakan agar lebih akurat. Dan untuk BRImo perlu menjaga kemudahan dan kualitas aplikasi agar ramah pengguna, meningkatkan keamanan untuk pengalaman transaksi yang menyenangkan, serta responsif terhadap permasalahan nasabah. Dengan citra yang baik dan pelayanan berkualitas, BRImo dapat mendorong loyalitas dan kepercayaan nasabah.

Referensi

- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile banking* Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134-158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Azhara, R., & Rozza, S. (2024, November). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, dan User Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 5, No. 1).
- bri.co.id. (2024). BRImo: Satu Aplikasi untuk Semua Kebutuhan Bayar Tagihan Rumah Tangga.
- Budhiani, O., & Rifazka, A. (2024). *Tren digital bank di Indonesia: Masa depan perbankan yang lebih inklusif dan inovatif*. DTI.
- Chu, Yun. 2003. *The drivers and antecedents of satisfaction, trust, commitment and loyalty among Chinese customers. Expert System Via Application*, vol. 24. pp. 124-142.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dwinurpitasari, Y. A. (2019). *pengaruh kualitas layanan dan produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada bri syariah kcp ponorogo (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)*.
- Febriari, S. (2025). BRI investigasi dugaan hilangnya dana nasabah senilai Rp402 juta. *MetroTV*.

- Jogiyanto. (2007) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kim, D.J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R., (2007). *A Trust-Based Consumer Decision Making Model In Electronic Commerce: The Role Of Trust, Perceived Risk, And Their Antecedents, Proceedings Of Ninth Americas Conference On Information Systems*, pp157-167
- Mowen, J.C. dan M. Minor (1998) *Consumer Behavior*, 5th Ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, Inc.
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). Model Peningkatan Loyalitas Nasabah Internet Banking Berbasis Persepsi Resiko, Persepsi Privasi Dimediasi Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 22-37.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal studi komunikasi dan media*, 15(1), 128-137
- Rinaldy, I. M., Lubis, P. H., & Utami, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile banking* BNI di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan*, 8(3).
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompet Digital (*E-Wallet*) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249-260.
- Septi & Jal (2024). Nasabah Terbanyak, BRI Miliki Jaringan Terluas. [Babelpos.id](https://babelpos.id). <https://babelpos.id/read/669042/nasabah-terbanyak-bri-miliki-jaringan-terluas>
- Sudarti, K., & Susanti, S. (2018). Sikap Terhadap *M-Banking* dan Dampaknya Terhadap *Behavioral Intention To Adopt M-Banking* (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Semarang). *Jurnal Manajemen*, 8, 16.
- Sugiyono, M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-12). Alfabeta.
- Susanti, E., & Parera, N. O. (2021). Loyalitas Nasabah Dari Kemudahan Penggunaan *Mobile banking*. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 2(1), 39-48. <https://doi.org/10.52238/ideb.v2i1.37>
- Wikanto, A. (2024). Mudah & Multifungsi, Jumlah Pengguna & Transaksi BRIMO 2024 Naik Pesat. <https://keuangan.kontan.co.id/news/mudah-multifungsi-jumlah-pengguna-transaksi-brimo-2024-naik-pesat>

Chelsea Windiana *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Arini Fitria Mustapita **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Eris Dianawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma