



The Influence Of Service Quality And Trust On Customer Satisfaction In The Use Of Bri Mobile (Brimo) In Arga Makmur City Of North Bengkulu

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bri Mobile (Brimo) Di Kota Arga Makmur Bengkulu Utara

Abdul Haris Sahaq¹⁾; Neri Susanti²⁾; Nenden Restu Hidayah³⁾

^{1,2)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ abdulharis.sahaq@gmail.com ; ²⁾ nearrysanti@gmail.com ; ³⁾ nenden@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [07 Mei 2023]

Revised [30 Juni 2023]

Accepted (10 Juli 2023)

KEYWORDS

Kepuasan Pelanggan,
Kualitas Layanan,
Kepercayaan

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BRI Mobile (BRImo). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dikuantitatifkan. Metode yang digunakan adalah kuesioner. Sampel dari penelitian ini sebanyak 85 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regresi linier berganda didapat $Y = 27,918 + 0,251 (X1) + 0,186 (X2) + 4,174$, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara Kualitas Layanan (X1), dan Kepercayaan (X2) terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile (BRImo). Hasil uji Kualitas Layanan (X1) menunjukkan thitung 3,438 > ttabel 1,989 dan signifikanasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile. Hasil uji Kepercayaan (X2) menunjukkan thitung 2,896 > ttabel 1,989 dan signifikanasi 0,000 < 0,05, maka hasil dari hipotesa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile. Selanjutnya hasil nilai ftabel yaitu 9,190 > 2.71 maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara Kualitas Layanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dalam penggunaan BRI Mobile di kota Arga Makmur. Hal ini terlihat pada tingkat signifikanasi 0,000 < 0,05.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the extent to which service quality and trust influence customer satisfaction in using BRI Mobile (BRImo). This research is a qualitative descriptive research that is quantified. The method used is a questionnaire. The sample of this research is 85 respondents. The results showed that multiple linear regression obtained $Y=27.918+0.251(X1)+0.186(X2)+4.174$, meaning that there is a positive or unidirectional relationship between Service Quality (X1) and Trust (X2) on customer satisfaction in using BRI Mobile (BRImo). The results of the service quality test (X1) show t count 3.438>t table 1.989 and significance 0.000<0.05, then the results of the hypothesis Ha are accepted and Ho are rejected, meaning that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction in using BRI Mobile. The results of the Trust test (X2) show t count 2.896>t table 1.989 and significance 0.000<0.05, then the results of the hypothesis Ha are accepted and Ho are rejected, meaning that Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction in using BRI Mobile. Furthermore, the result of the f table value is 9.190>2.71, it is concluded that the hypothesis is accepted, meaning that there is a simultaneous influence between service quality (X1) and Trust (X2) on customer satisfaction variable (Y) in the use of BRI Mobile in Arga Makmur city. This can be seen at the significance level of 0.000 < 0.05

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, dalam penggunaan internet dalam Indonesia semakin meningkat. Segala aktivitas yang dilakukan masyarakat sekarang semakin mudah berkat kemajuan dari teknologi tersebut. Semakin mudah dan cepat mendapatkan informasi dengan penggunaan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Meningkatnya jumlah pengguna internet dapat diartikan bahwasanya sebagian besar masyarakat di Indonesia sudah mulai berinteraksi dengan teknologi informasi (Jayani, 2019).Oleh sebab itu, saat ini banyak perusahaan jasa maupun produk yang beroperasi menjalankan kegiatan bisnis dengan melalui sistem digital yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu perusahaan yang mengikuti pembaharuan pelayanan digital yaitu industri perbankan.

Perbankan merupakan mitra untuk memenuhi kebutuhan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Perbankan juga dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan (Kasmir, 2008:53). Produk perbankan yang telah lahir dari perkembangan teknologi adalah *electronic*

banking. Elektronik banking adalah salah satu jasa dari bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet (Tampubolon, 2004). Salah satu bagian dari *electronic banking* yang telah banyak digunakan adalah *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Kebutuhan dunia usaha dan nasabah bank semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi maupun informasi. Untuk itu internet banking dapat menjembatani kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam hal mempercepat pelayanan jasa bank. *Mobile banking* mirip dengan halnya yang ada di ATM (*Automatic Teller Machine*) lewat sarana *mobile banking* seseorang yaitu nasabah sendiri dapat melakukan pengecekan rekening, tranfer dana antar rekening, hingga tagihan rutin bulanan (listrik, pulsa telepon, BPJS, dsb) melalui rekening banknya. Banyak sekali keuntungan dari *mobile banking* ini untuk nasabah terutama manfaat layanan ini, terutama bila dilihat dari segi waktu dan tempat yang dapat menghemat karena transaksi penggunaan *mobile banking* pasti bebas antrian dan dapat dilakukan dimana saja selama nasabah masih bisa terhubung dengan layanan internet banking.

Salah satu bank pemilik aset terbesar di Indonesia yang menghadirkan layanan perbankan berbasis teknologi yakni PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang memiliki semboyan "Melayani Sepenuh Hati", Bank BRI terus melakukan peningkatan layanan perbankan dalam rangka memudahkan perbankan masyarakat Indonesia. Dengan memiliki nasabah yang puas adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Kepuasan pelanggan disini yaitu situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2012:301).

Dengan kepuasan yang di harapkan oleh nasabah memperlihatkan bahwa internet banking dari BRI yaitu aplikasi BRI Mobile (BRImo) diterima oleh sebagian besar nasabah bank BRI di seluruh Indonesia. Dengan menghadirkan beberapa keunggulan yaitu dari kualitas layanan yang berkualitas dan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan nasabah. kualitas layanan menurut Tjiptono (2012:59).

BRImo disini merupakan perkembangan terbaru yang dibuat oleh bank BRI melalui perkembangan dari aplikasi BRImo Mobile yang telah memiliki fitur tarik tunai tanpa kartu, peningkatan sistem keamanan yang lebih baik, login dengan *finger print/ face recognition*, dan akses info promo. Aplikasi ini menggabungkan antara fungsi *mobile banking*, internet banking, dan uang *elektronik* (Tbank) dalam satu aplikasi dengan menu transaksi yang lebih lengkap dan menarik.

Namun nyatanya dibalik kemudahan dan kepraktisan BRImo tersebut, masih dirasakannya kekurangan atau terdapat banyak keluhan dari nasabah, terlihat pada review BRI Mobile (BRImo) di *Playstore* seperti yang ada diatas. Disini mengungkapkan bahwasanya nasabah masih mendapatkan kesulitan untuk melakukan aktivitas log in, dan transaksi, serta terdapatnya kegagalan transaksi yang dilakukan tetapi saldo tetap terdebit, dan juga lagi maraknya kasus penipuan dalam penggunaan BRI Mobile (BRImo). Hal ini membuktikan bahwa masih terdapat banyak *feedback* buruk yang diberikan oleh nasabah.

Oleh karena itu, bahwasanya memberikan pandangan adanya ketidak sesuaian antara realita dengan ekspektasi dari para nasabah, yang beranggapan terdapat pelayanan yang berkualitas dan tentunya berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah sendiri, akibat resiko yang ditimbulkan dalam penggunaan BRI mobile kepada bank penyedia layanan, sehingga berdampak pada kepuasan nasabah sendiri. Penelitian ini pada prinsipnya adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BRI yang berada di KC Arga Makmur Bengkulu Utara.

LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan

Kualitas layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat semakin sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karenanya kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Tjiptono, 2011:65).

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah memberikan bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari pelanggan yang meminta pelayanan dan yang meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan



ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar dapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Kepercayaan

Ainurrofiq (2012:32) menyatakan bahwa *Trust* adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Sedangkan Mowen dan Minor dalam Priansa (2016:116) menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Sedangkan Rousseau dalam Priansa (2016:116) menyatakan bahwa kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan terjadi ketika seseorang yakin dengan reliabilitas dan integritas dari orang yang dipercaya. Kepercayaan nasabah dapat dipahami sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima risiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya.

Kepuasan Nasabah

Kotler (2016:126) mendefinisikan kepuasan Nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2016:24) mendefinisikan kepuasan Nasabah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan Setiadi (2015:44) mendefinisikan kepuasan Nasabah sebagai hasil evaluasi menyeluruh Nasabah atas kinerja produk yang dikonsumsinya. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dikuantitatifkan. Yang dimaksud 'kualitatif' dalam penelitian ini adalah datanya. Data kualitatif adalah data yang diwujudkan dalam kata keadaan atau kata sifat. Pada penelitian ini kata keadaan tersebut adalah zona nyaman optimal, zona hangat nyaman, dan zona tidak nyaman yang merupakan kelanjutan yang dapat membantu penelitian dalam menjelaskan hubungan antara variabel yang terpengaruh dengan yang mempengaruhi. Sebelumnya kategori tersebut didapat dari hasil pengukuran dan perhitungan dilapangan, sehingga disebut data yang dikuantitatifkan. Karena hasil akhirnya berupa angka dan dimasukkan ke dalam kategori kata keadaan tersebut, maka disebut pendekatan kualitatif yang dikuantitatifkan.

Yang menjadi obyek perhatian atau kumpulan seluruh obyek yang menjadi perhatian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan BRI Mobile (BRImo). Bank BRI Cabang Arga Makmur yang berjumlah 558 pengguna.

Jumlah populasi nasabah pengguna BRI Mobile pada Bank BRI Cabang Arga Makmur yang berjumlah 558 pengguna. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{558}{1 + 558(0,1)^2}$$

$$n = \frac{558}{6,58}$$

$$n = 84,80$$

$$n = 85 \text{ pengguna}$$

Jadi sampel yang di dapat dalam penelitian ini adalah sebesar 84,80 atau 85 orang (pengguna BRImo) dengan batas toleransi kesalahan (error tolerance) sebesar 0,1. Pengambilan sampel dilakukan secara Accidental sampling artinya metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada/dijumpai untuk menjawab pertanyaan.

Semua pengolahan data dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* pengolahan data yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) *Versi21*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan uji reliabilitas, Bentuk persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah BRI

X₁ = Kualitas Layanan

X₂ = Kepercayaan

a = Nilai konstanta

b₁b₂ = Koefisien Regresi

e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas dan analisis regresi linier berganda dengan uji t dan uji f dan uji , dengan menggunakan bantuan spss versi21. Dan hasil bias dilihat sebagai berikut:Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan (r _{hitung} > r _{tabel} = valid) r _{tabel} sebesar 0,2133
1	Kualitas layanan	X1_1	0,565	Valid
		X1_2	0,265	Valid
		X1_3	0,294	Valid
		X1_4	0,281	Valid
		X1_5	0,577	Valid
		X1_6	0,741	Valid
		X1_7	0,623	Valid
		X1_8	0,570	Valid
		X1_9	0,647	Valid
		X1_10	0,316	Valid
2	Kepercayaan	X2_1	0,508	Valid
		X2_2	0,431	Valid
		X2_3	0,555	Valid
		X2_4	0,654	Valid
		X2_5	0,586	Valid
		X2_6	0,522	Valid
		X2_7	0,371	Valid
		X2_8	0,579	Valid
		X2_9	0,356	Valid
		X2_10	0,478	Valid
3	Kepuasan Nasabah	Y_1	0,671	Valid
		Y_2	0,498	Valid
		Y_3	0,221	Valid
		Y_4	0,350	Valid
		Y_5	0,396	Valid
		Y_6	0,467	Valid
		Y_7	0,444	Valid
		Y_8	0,574	Valid
		Y_9	0,379	Valid
		Y_10	0,225	Valid

Sumber : Hasil penelitian, data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi dari variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai lebih besar dari rtabel yaitu 0,2133, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan (<i>Cronbach alpha</i> >0.60 = Reliabel)
Kualitas Layanan	0,688	Reliabel
Kepercayaan	0,712	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,648	Reliabel

Sumber : Hasil penelitian, data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach alpha* masing-masing setiap instrumen lebih besar dari 0,60 (*Cronbach alpha* > 0,60), ini menunjukkan semua instrumen reliabel. Berikut persamaan regresi analisis regresi berganda dapat dilihat di bawah:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	27,918	4,174	
	X1	0,251	0,073	0,345
	X2	0,186	0,064	0,291
a. Dependent Variable: Y				

Sumber: Hasil penelitian, data diolah 2022

Tabel 3 di atas menunjukkan nilai koefisien variabel *kualitas layanan* (X1) sebesar 0,251 dengan tanda positif, ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara *kualitas layanan* (X1) terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur. Sedangkan nilai koefisien variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,186 dengan tanda positif ini berarti ada pengaruh positif antara kepercayaan (X2) terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur, maka persamaan regresinya adalah:

$$Y = 27,918 + 0,251 (X_1) + 0,186 (X_2) + 4,174$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda di atas menunjukkan pengaruh *kualitas layanan* terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur adalah pengaruh yang positif artinya jika nilai variabel X1 (*kualitas layanan*) naik 1 (satu) satuan maka variabel Y (*kepuasan nasabah*) juga naik 1 (satu) poin dan tanpa dipengaruhi nilai X rata-rata Y adalah 27,918 dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur. Nilai koefisien kepercayaan (X2) sebesar 0,186 dan bertanda positif. Hal ini berarti setiap kenaikan variabel harga (X2) satu satuan, maka variabel Y (*keputusan pembelian*) akan naik sebesar 0,186 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Tabel 4 Hasil uji determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 ^a	0,683	0,663	6,31671
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber : Hasil penelitian, data diolah 2022

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,683 yang artinya 68,3% variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan dan kepercayaan dan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yaitu variabel yang mempengaruhi suatu kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile.

Tabel 5 Hasil uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27,918	4,174		6,689	0,000
X1	0,251	0,073	0,345	3,438	0,001
X2	0,186	0,064	0,291	2,896	0,004

a. Dependent Variable: Y

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan/df = $n - k - 1 = 85 - 2 - 1 = 82$, Maka t_{tabel} adalah sebesar 1.989.

Pada Tabel 9 di atas, maka hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut

- Nilai t_{hitung} pada variabel *kualitas layanan* (X1) sebesar 3,438 > dari t_{tabel} 1,989 dan tingkat signifikansi 0,00 ($\text{sig} < 0,05$), ini artinya ada pengaruh signifikan *kualitas layanan* terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur dan **hipotesis satu (H1) diterima**.
- Nilai t_{hitung} pada variabel kepercayaan (X2) sebesar 2,896 > dari t_{tabel} 1,989 dan tingkat signifikansi 0,00 ($\text{sig} < 0,05$), ini artinya ada pengaruh signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur dan **hipotesis dua (H2) diterima**.

Tabel 6 Hasil uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	98,647	2	49,323	9,190	,000 ^b
Residual	440,106	82	5,367		
Total	538,753	84			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil penelitian, data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 10 nilai F_{hitung} sebesar 9,190 > dari F_{tabel} 2,71 dan nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05 ($< 0,05$), ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh signifikan *kualitas layanan* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRI Mobile pada Bank BRI Arga Makmur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil uji *Kualitas Layanan* (X₁) menunjukkan t_{hitung} 3,438 > dari t_{tabel} 1,989 dan signifikansi 0,00 ($\text{sig} < 0,05$), maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka *Kualitas Layanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan BRI Mobile di Kota Arga Makmur.



2. Hasil uji *Kepercayaan* (X_2) menunjukkan $t_{hitung} 2,896 >$ dari $t_{tabel} 1,989$ dan signifikansi $0,00$ ($sig < 0,05$), maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka, *Kepercayaan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dalam penggunaan BRI Mobile di Kota Arga Makmur.
3. Berdasarkan hasil perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel} , yaitu $9,190 >$ dari $F_{tabel} 2,71$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya ada pengaruh simultan antara *Kualitas Layanan* (X_1) dan *Kepercayaan* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dalam penggunaan BRI Mobile di Kota Arga Makmur. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000$ kurang dari $0,05$ ($< 0,05$).

Saran

1. Bagi pengguna BRI Mobile disarankan agar lebih mempertimbangkan azas manfaatnya, berhati hati dalam penggunaannya sebab akan banyaknya penipuasn teknologi pada zaman sekarang, lebih tepatnya untuk menjaga diri sendiri kedepannya jangan sampai penggunaan teknologi eletronik ini untuk memenuhi kesenangan semata dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.
2. Diharapkan kepada nasabah, hendaknya memanfaatkan kecanggihan alat teknologi zaman sekarang yang biasanya disebut internet banking, karena teknologi ini lebih aman, tidak mudah rusak dan mudah digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk mencari variabel lain, selain dari *Kualitas Layanan* dan *Kepercayaan*, guna menambah keilmuan dalam hal penggunaan elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusmi, Dwi. 2017. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan Pada CV. Angguna Catring Bengkulu". Sekripsi. Universitas Dehasen Bengkulu.
- Ainurroqi, 2012. "Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commmerc. Sru di Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Inconesia". Malang : Universitas Brawijaya.
- Aisyah, Siti. 2019. "Hubungan Kepercayaan Nasabah Dan Promosi Dengan Minat Menabung Pada PT. Bank Bengkulu Kcp Padang Jaya Kab Bengkulu Utara". Studi Manajemen Universitas Dehasen. Bengkulu.
- Anonim. *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. Diakses Pada 13 Juni 2020. <https://Www.Kominfo.Go.Id/>.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Dayanto, &Setyobudi, I. (2014). *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hastuti Tuti And Nasri Muhammad. 2014. "Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Nasabah: Aplikasi Servqual Model Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Kota Malang". Universitas Widyagama Malang.
- Halimah , Siti Nur. 2018. "Pengaruh Internet Banking Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". Tesis Tidak Diterbitkan. Surakarta Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam lain Salatiga.
- Jayani, D. H. (2019). Berapa Pengguna Internet Di Indonesia? Retrived January 2, 2020, From <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/09/09/Berapa-Pengguna-Internet-Di-Indonesia>
- Leria, Eno. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Bengkulu Cabang Cururp". Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Dehasen Bengkulu.
- Mandiri, Asri Cahya. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dam Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI Mobile". Program Studi Keuangan Dan Perbankan Terapan Politeknik Negri Jakarta.
- Marginingsih Ratnawaty. 2020. "Kualitas Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok)". Akutansi Dan Keuangan. Universitas Bima Sarana Informasi.
- Mubarok, Ahmad Wajdi 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Fatmawati. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta
- Muhammad, B. And Siti Zuhro. 2015. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap

- Loyalitas Pelanggan". Iain Kudus.
- Priansa, Doni Junni. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Konteporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putra, Aldi Elji. 2017. "Hubungan Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Fasilitas Swngan Kepuasan Konsumen Pada Hotel Zaiva Kab Kaur". Manajemen Unived. Bengkulu.
- Putri, Jessica Novita Komara Putri. 2014. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Siswa-Siswi Paratmita 1 Jakarta Timur". Sekripsi. Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universiitas Darma Persada. Jakarta.
- Rahmawati. Emilia, 2013. "Kinerja Kenyamanan Termal Ruang Kelas Pada Bangunan Kolonial Hoogere Burger School (Hbs) Bandung" Universitas Pendidikan Indonesia. repository.upi.edu.
- Sariyati, Bidah. 2017. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bni Syariah Surakarta Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening". Perbankan Syariah Iain Salatiga.
- Sugiyono (2013:45) Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Sofjan Assauri, (2013:5), Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tampubolon, Nelson. (2004). Surat Edaran: Penerapan Manajemen Resiko Pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking). (www.bi.go.id).
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, Ed 3. Yogyakarta: Andi.
- Usman, Joko. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Syariah Cabang Pekanbaru. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.