

SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MOBILE

BRIMO DI BANK BRI UNIT SUKAWATI GIANYAR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali

OLEH:

PUTU EKA SUMARNI PUTRI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

NIM : 2015744093

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MOBILE

BRIMO DI BANK BRI UNIT SUKAWATI GIANYAR



POLITEKNIK NEGERI BALI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik
Negeri Bali

OLEH:

PUTU EKA SUMARNI PUTRI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
NIM : 2015744093
POLITEKNIK NEGERI BALI

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MOBILE BRIMO DI BANK
BRI UNIT SUKAWATI GIANYAR

Oleh:

PUTU EKA SUMARNI PUTRI
NIM: 2015744093

Disahkan:

Penguji I



Putu Okta Priyana, S.Kom., M.Kom
NIDN. 0018108809

Ketua Penguji



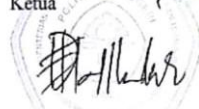
Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Ag
NIP. 196204221990032002

Penguji II



Ngr. Putu Raka Novandra Asta, S.Kom., M.M.T
NIP. 199511122023211010

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D.
NIP. 196409291990032003

Badung, 21 Agustus 2024
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M.
NIP. 197612032008122001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putu Eka Sumarni Putri

NIM : 2015744093

**Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi
Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“ TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI MOBILE BRImo DI BANK BRI UNIT SUKAWATI GIANYAR “ adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI PADJARAN
Badung, 22 Juli 2023

Yang menyatakan,

Putu Eka Sumarni Putri

NIM. 2015744093

SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

Laman: www.bisnis.pnb.ac.id Email: bisnis@pnb.ac.id. Telp. (0361) 701981 (hunting), 701128

SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, dosen pembimbing Skripsi Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, menerangkan bahwa:

Nama Mahasiswa : Putu Eka Sumarni Putri
Nomor Induk : 2015744093
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI
Unit Sukawati Gianyar

Telah diperiksa ulang dan dinyatakan selesai serta dapat diajukan dalam ujian komprehensif Diploma Empat Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Pembimbing I,

(Ketut Vini Elfarosa, SE., MM)
NIP.197612032008122001

Badung,
Pembimbing II,

(Ir. Ni Wayan Sukartini, M. Agb)
NIP.196204221990032002

MOTTO

“Jangan pernah takut untuk bermimpi besar, karena dalam mimpi besar terdapat kekuatan untuk mewujudkannya.”

“Kegagalan bukanlah akhir dari segalanya, tetapi justru merupakan langkah pertama menuju kesuksesan yang sejati.”

“Kesuksesan tidak datang dengan mudah, tapi melalui kerja keras, tekad yang kuat, dan ketekunan yang tiada henti.”

“Jadilah pribadi yang selalu berinovasi dan berani mengambil resiko, karena itulah kunci untuk menciptakan perubahan yang signifikan.”

(B.J. Habibie)

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo di perusahaan BRI Unit Sukawati Gianyar. Pengukuran tingkat kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo pada penelitian ini menggunakan teori *Mobile Service Quality* yaitu *tangibility, realibility, responsiveness, assurance, empathy*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang terdaftar pada perusahaan Bank BRI Unit Sukawati Gianyar. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling. Jumlah sampel pada penelitian ini terdiri atas 98 data yang terdaftar pada simulasi perhitungan of margin error. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis linear berganda menggunakan alat bantu SPSS versi 28. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan *Tangibility, Realibility, Responsiveness, Assurance, Empathy* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Kata Kunci: Kepuasan Pengguna, *Mobile Service Quality*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing the level of satisfaction of users of the BRImo mobile application at the BRI Sukawati Gianyar Unit company. Measuring the level of satisfaction of BRImo mobile application users in this research uses the Mobile Service Quality theory, namely tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy. The population used in this research is data registered at the Bank BRI Sukawati Gianyar Unit company. The data collection method in this research was carried out using a purposive sampling method. The number of samples in this study consisted of 98 data registered in the calculation simulation of margin error. The data used in this research is primary data obtained through questionnaires and observations. The data analysis technique used in this research is multiple linear analysis using SPSS version 28 tools. The research results show that simultaneously Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy have a significant effect on User Satisfaction.

Keywords: User Satisfaction, Mobile Service Quality

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	i
SURAT KETERANGAN PENYELESAIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II 13 KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Kepuasan Pengguna	13
2.1.2 Pelayanan Pengguna	22
2.1.3 Aplikasi BRImo	25
2.2 Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Kerangka Teoritis	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	28

3.1 Tempat Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Variabel Penelitian.....	29
3.4.1 Data Primer	30
3.4.2 Data Sekunder.....	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.5.1 Observasi	31
3.5.2 Kuesioner.....	31
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reabilitas	34
3.7 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	37
3.9 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.1 Uji Normalitas	38
3.9.2 Uji Multikolinearitas	38
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	39
3.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.11 Uji Hipotesis	40
3.11.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.11.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	40
3.11.3 Uji Hipotesis (Uji t)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40

4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran	40
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2. Lokasi Perusahaan	42
4.1.3. Visi & Misi Perusahaan.....	42
4.1.4. Bidang Usaha	44
4.1.5. Struktur Organisasi Perusahaan	48
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	50
4.2.1. Karakteristik Responden	50
4.2.2. Hasil Uji Instrumen	52
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.2.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
4.2.6. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.2.7 Uji Hipotesis	70
4.3 Pembahasan.....	73
4.4 Implikasi Hasil Penelitian	77
4.4.1. Implikasi Teoritis	77
4.3.2. Implikasi Praktis.....	77
BAB V 72KESIMPULAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian (Kuesioner)	32
Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Terkait Tangibility	54
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Terkait Realibility	56
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terkait Responsiveness	57
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terkait Assurance	58
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terkait Empathy	60
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terkait Kepuasan Pengguna	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Silmutan (Uji T)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Aplikasi Mobile BRImo	4
Gambar 1. 2 Beberapa Ulasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo.....	5
Gambar 1. 3 Pertumbuhan Aplikasi BRImo Tahun 2019-2023.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka teoritis	35
Gambar 4. 1 Logo Bank Rakyat Indonesia	40
Gambar 4. 2 Lokasi Perusahaan BRI Unit Sukawati Gianyar.....	42
Gambar 4. 3 Struktur Perusahaan Bank BRI Unit Sukawati Gianyar	48
Gambar 4. 4 Diagram Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 4. 5 Diagram Usia Responden.....	51
Gambar 4. 6 Diagram Pekerjaan Responden.....	51
Gambar 4. 7 Hasil Uji P-Plot	63
Gambar 4. 8 Hasil Uji Scatter-Plot.....	66
Gambar 4. 9 Brosur Cara Penggunaan Aplikasi BRImo (Transfer).....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lampiran Form Pembimbing	73
Lampiran 1. 2 Lampiran Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 1. 3 Lampiran Identitas Responden	77
Lampiran 1. 4 Lampiran Tabulasi Data	78
Lampiran 1. 5 Lampiran R Tabel	82
Lampiran 1. 6 Uji Validitas	1
Lampiran 1. 7 Uji Realibilitas	1
Lampiran 1. 8 Lampiran Luaran Penelitian	2

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI Unit Sukawati Gianyar” tepat pada waktunya. Adapun skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program Sarjana Terapan (S1 Terapan) Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali. Skripsi ini disusun berdasarkan pengamatan yang diperoleh penulis Ketika melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama 6 bulan di Bank BRI Unit Sukawati Gianyar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
4. Ibu Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb, selaku Dosen Pembimbing I dan Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak/Ibu/Saudara Marketing, Frontliner, dan seluruh Branes Office yang memberikan ilmu, arahan, motivasi dan data skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Keluarga penulis beserta kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat yang besar yang selalu memberikan kasih sayang dan juga nasehat serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada pacar saya terimakasih yang telah membantu, memberi semangat, dan selalu sabar menghadapi kegalawan penulis serta mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh rekan-rekan di Jurusan Administrasi Bisnis dan semua teman-teman di kelas C Manajemen Bisnis Internasional yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak hal relevan yang belum diungkap secara utuh karena keterbatasan kemampuan, waktu, dan pengalaman penulis. Namun demikian, skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Badung, 22 Juli 2024

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Putu Eka Sumarni Putri

NIM. 2015744093

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, banyak perusahaan yang mulai mengadopsi layanan digital untuk meningkatkan efisiensi dan memberikan kemudahan bagi para pelanggannya. Salah satu bentuk layanan digital yang saat ini banyak digunakan adalah aplikasi mobile. Aplikasi mobile memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai layanan dengan lebih mudah dan cepat melalui perangkat seluler mereka. Bank BRI, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, telah meluncurkan aplikasi mobile bernama BRImo untuk memfasilitasi nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan secara online. Aplikasi BRImo menawarkan berbagai fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lain-lain. Dengan adanya aplikasi ini, nasabah Bank BRI diharapkan dapat menikmati layanan perbankan yang lebih praktis dan efisien.

Namun, keberhasilan suatu aplikasi mobile tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan fitur-fitur yang ditawarkan, tetapi juga bergantung pada tingkat kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Kepuasan pengguna merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap menggunakan aplikasi BRImo atau beralih ke aplikasi lain yang ditawarkan oleh bank lain. Oleh karena itu, penting bagi Bank BRI untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna, Bank BRI dapat mengambil langkah-langkah perbaikan dan pengembangan yang diperlukan untuk meningkatkan

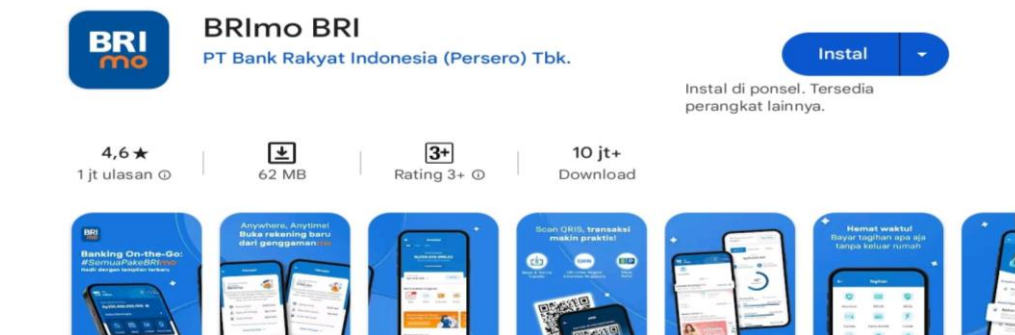
kualitas layanan aplikasi BRImo. Hal ini dapat membantu Bank BRI dalam mempertahankan loyalitas nasabah dan menarik nasabah baru untuk menggunakan layanan perbankan digital mereka.

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari Masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Keberadaan bank sangat berhubungan erat dengan masyarakat. Sudah ada banyak bank di Indonesia, namun dari sekian banyak bank yang sudah ada di Indonesia, masih banyak Masyarakat yang masih awam dengan dunia perbankan terutama Masyarakat di perdesaan terlebih perihal aplikasi-aplikasi perbankan. PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) meluncurkan aplikasi BRImo pada tahun 2019, sebuah inovasi *digital banking* terbaru yang memberikan kemudahan dan kenyamanan layanan transaksi perbankan. Melalui aplikasi BRImo yang memiliki UI/UX dan fitur-fitur terbaru dimana BRI secara khusus ingin menggaet segmen Milenial (*Milenial, Women, dan Netizen*).

Dikutip dari situs resmi BRI Indonesia menurut Direktur BRI bapak Sunarso menjelaskan aplikasi BRImo merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. BRImo menggabungkan fungsi mobile banking, internet banking, dan uang elektronik dalam satu aplikasi. Salah satu keunggulan yang ditawarkan pada aplikasi BRImo yaitu nasabah dapat melakukan Tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM dan hanya mengandalkan aplikasi pada smartphone penggunaannya. Untuk menjalankan fungsinya, kualitas produk harus berhubungan dengan kemampuan produk, termasuk keandalan, keseluruhan produk, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, ketepatan atribut bernilai lainnya. Direktur Utama BRI Sunarso mengungkapkan pihaknya terus berinovasi

dan melakukan transformasi digital. Menurutnya, BRI telah berhasil mentransformasi proses bisnis secara digital, selain bertujuan untuk meningkatkan efisiensi namun juga agar lebih responsif dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk memperoleh kinerja positif. Salah satunya lewat capaian super app BRImo, yang telah digunakan 30,4 juta user dalam waktu kurang dari 4 tahun sejak diluncurkan, pada Februari 2019 lalu. Hingga Oktober 2023, mencatatkan jumlah transaksi mencapai 2,46 miliar kali transaksi atau bertumbuh sekitar 73,88%. Adapun untuk nominal transaksi mencapai Rp3.353 triliun atau bertumbuh sekitar 60,83%. Transformasi proses bisnis melalui digitalisasi yang dilakukan BRI pun dapat mengurangi operational risk dan operational cost. Sunarso menambahkan bahwa melalui digitalisasi, BRI pun dituntut harus terus mampu meng-create value baru melalui penciptaan model bisnis baru. "Ada periode yang memang kami harus mentransformasi bank ini supaya fundamentalnya baik, supaya fundamentalnya kuat. Dengan demikian pertumbuhannya dapat sustain", tambah Sunarso. Transformasi digital yang dilakukan perseroan pun telah membuat BRI semakin efisien, hal tersebut digambarkan dari CIR (Cost to Income Ratio) per Kuartal III 2023 yang secara konsisten semakin membaik dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. "Rasio CIR membaik dari semula 42,55% menjadi 41,28%," ungkapnya. Semakin baiknya fundamental dan tingkat efisiensi perseroan tersebut mampu berdampak positif terhadap capaian kinerja keuangan yang impresif. Dimana hingga akhir September 2023, BRI Group berhasil mencatatkan pertumbuhan positifnya, ditunjukkan dari asset yang secara konsolidasian yang meningkat 9,93% year on year (yoy) menjadi Rp1.851,97 triliun. Pertumbuhan aset tersebut juga diiringi dengan perolehan laba dalam 9 bulan yang mencapai sebesar Rp44,21 triliun atau tumbuh 12,47% yoy.



Rating dan ulasan

Rating dan ulasan diverifikasi dan berasal dari orang yang menggunakan jenis perangkat yang sama dengan yang Anda gunakan

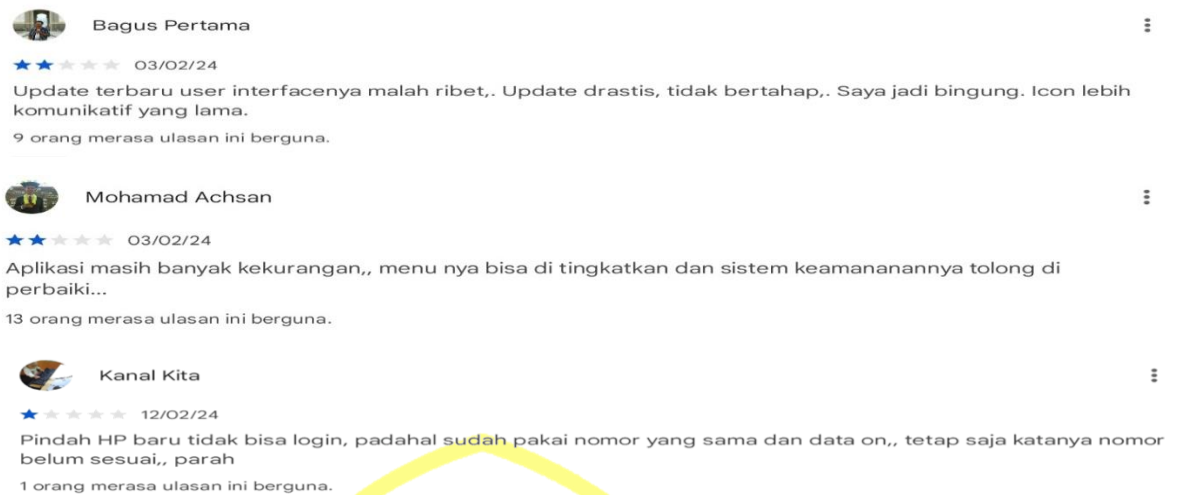


Sumber: Aplikasi BRImo, 2024

Gambar 1. 1 Rating Aplikasi Mobile BRImo

Aplikasi yang sudah diunduh lebih dari 10 juta pengguna dan mendapat skor yang cukup baik di angka 4,6 dari skala 5 ini, telah diulas oleh lebih dari 1 juta pengguna di Playstore dan Appstore. Mayoritas dari ulasan tersebut merupakan ulasan yang positif, namun tidak sedikit juga pengguna yang kecewa terhadap kinerja dari aplikasi tersebut, berikut merupakan beberapa ulasan perbaikan yang diutarakan pengguna Mobile BRImo, antara lain:





Sumber: Aplikasi BRImo, 2024

Gambar 1. 2 Beberapa Ulasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo

Pada gambar 1.2 diatas dijelaskan bahwa beberapa pengguna yang berkomentar tidak puas dengan adanya aplikasi BRImo. Dimana ulasan tersebut akan mempermudah perusahaan mengetahui tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo yang nantinya mengacu pada perbaikan aplikasi tersebut. Adapun ulasan terkait pengguna aplikasi mobile BRImo yang tertera pada gambar diatas dimana masih banyak kekurangan dalam aplikasi tersebut antara lain:

1. Aplikasi yang lambat dan tidak stabil terutama saat pengguna mencoba mengakses aplikasi secara bersamaan yang mengakibatkan crash atau keluar sendiri.
2. Proses verifikasi yang lama dan sering gagal membuat pengguna merasa frustrasi.
3. Aplikasi kurang user-friendly.
4. Fitur yang tidak konsisten dan kadang tidak berfungsi misalnya, transfer antar bank yang sering gagal, atau saldo yang tidak terupdate secara real-time.

5. Keamanan aplikasi perlu ditingkatkan agar menghindari hal-hal yang akan merugikan pengguna maupun pelanggan.

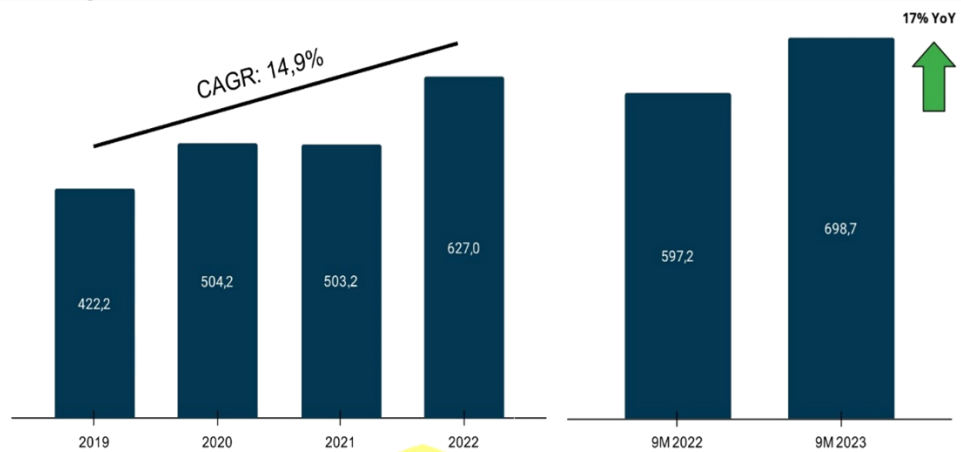
Sebuah aplikasi dapat dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi kebutuhan penggunanya, kepuasan pengguna merupakan hal yang penting bagi setiap penyedia layanan baik itu dari perusahaan atau instansi. Kepuasan dapat diartikan sebagai sebuah perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa (Aaker, 2013). Tingkat kepuasan dapat mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan di bawah harapan yang diinginkan, maka nasabah akan merasa kecewa atau tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka nasabah akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya, terlebih lagi kinerja atau pelayanan yang didapat melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah, maka nasabah akan sangat puas. Adapun beberapa faktor yang dapat berpengaruh langsung untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pengguna diantaranya adalah memahami tingkat harapan nasabah atas kualitas, memahami strategi kualitas layanan nasabah, dan memahami siklus pengukuran dan umpan balik (feedback) dari kepuasan nasabah (Sugiyono, 2017). Meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi merupakan tantangan bagi para pengembang aplikasi.

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pihak Customer Service di BRI Unit Sukawati penelusuran yang di rangkum dari ulasan pengguna aplikasi Mobile BRI Mo di Playstore dan Appstore terdapat beberapa masalah yang ada pada aplikasi, antara lain:

1. Aplikasi sering mengalami eror yang di tunjukan dengan notifikasi 'Mohon dapat di cek kemabali koneksi internet anda'.

2. Saat memuat laman pada aplikasi terkadang lambat, sehingga proses perubahan data seringkali gagal di muat.
3. Nomor ponsel dan email yang sudah digunakan terkadang tidak sesuai atau salah, sehingga harus konfirmasi ke kantor.
4. Masalah teknis saat melakukan transaksi seperti bug, crash, atau kesalahan sistem.
5. Keterbatasan fitur dari aplikasi misalnya, beberapa jenis transaksi mungkin tidak di dukung atau ada batasan jumlah frekuensi transaksi tertentu.
6. Pendaftaran baru pada aplikasi terkadang gagal, walaupun berhasil tidak ada konfirmasi dari aplikasi, sehingga nasabah mengalami kebingungan.
7. Kode OTP yang lama masuk ke nomor ponsel.

Berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap pelanggan di perusahaan yang dilayani oleh customer service setidaknya terdapat 10-20 orang nasabah yang mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi ini. Kendala yang dialami pun beragam seperti gagal verifikasi, gagal melakukan perubahan data, eror aplikasi, dan lain sebagainya. Namun, kendala yang sering peneliti temui adalah kendala pada saat melakukan registrasi awal khususnya pada bagian pendaftaran nomor ponsel dan email. Salah satu fokus utama BRI ditahun 2019 adalah untuk meningkatkan kepuasan nasabah BRImo melalui pengadaan dan perbaikan sistem pelayanan online pada aplikasi Mobile BRImo, tujuannya adalah untuk mengatasi keluhan kepadatan antrean di kantor BRI dan memudahkan nasabah mengakses layanan kapan saja dan dimana saja. Namun disisi lain, pihak pengembang sepertinya belum dapat memenuhi seluruh kebutuhan pengguna aplikasi Mobile BRImo ini. Sehingga, tidak sedikit nasabah harus tetap dating ke kantor BRI untuk mendapatkan layanan layanan meskipun sudah menjadi pengguna aplikasi Mobile BRImo.



Sumber: Bank Rakyat Indonesia

Gambar 1. 3 Pertumbuhan Aplikasi BRImo Tahun 2019-2023

Di tahun 2023, aplikasi BRImo mencatat pertumbuhan signifikan dalam jumlah pengguna baru, mencerminkan semakin meningkatnya minat nasabah terhadap layanan perbankan digital yang praktis dan efisien. Seiring dengan upaya pemasaran dan promosi yang gencar, adopsi aplikasi BRImo melonjak pesat di sepanjang tahun 2023, menjadikannya sebagai salah satu aplikasi perbankan mobile terpopuler di Indonesia. Data terbaru menunjukkan bahwa aplikasi BRImo mengalami pertumbuhan luar biasa dalam jumlah unduhan dan pengguna aktif bulanan selama tahun 2023, mengonfirmasi kesuksesan strategi Bank BRI dalam memperluas jangkauan layanan digital mereka.

Berkat fitur-fitur yang semakin lengkap dan antarmuka yang ramah pengguna, aplikasi BRImo berhasil menarik minat nasabah baru dalam jumlah besar di sepanjang tahun 2023, memperkuat posisinya sebagai salah satu pemain utama dalam layanan perbankan mobile di Indonesia. Laporan terbaru mengungkapkan bahwa pertumbuhan aplikasi BRImo melampaui target yang ditetapkan oleh Bank BRI untuk tahun 2023, mencerminkan kepercayaan dan

antusiasme nasabah terhadap layanan perbankan digital yang ditawarkan. Meskipun menghadapi persaingan ketat, aplikasi BRImo berhasil merebut pangsa pasar yang signifikan di tahun 2023, didorong oleh kampanye pemasaran yang solid dan pengalaman pengguna yang memuaskan. Sepanjang tahun 2023, aplikasi BRImo terus mencatat peningkatan jumlah transaksi dan nilai transaksi, menunjukkan bahwa semakin banyak nasabah yang mempercayakan kebutuhan perbankan mereka pada platform digital tersebut.

Menurut penelitian sebelumnya Febrian Dhiya Ulhaq, metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur presentase kepuasan pengguna aplikasi BRImo dan memberikan saran perbaikan terhadap aplikasi menggunakan perakingan menurut analisis metode Potential Gain in Customer Value (PGCV). Kombinasi metode CSI dan PGCV efektif digunakan karena kedua metode tersebut dapat menggunakan indicator atribut penelitian yang sama dan jenis penilaian yang sama yaitu skala likert untuk penilaian kinerja dan kepentingan/harapan. Penelitian ini akan menggunakan teori MSQ (*Mobile Service Quality*) dimana dapat mengukur kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. MSQ merupakan model yang dikembangkan secara khusus untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks mobile. Model penelitian *Mobile Service Quality* dibagi menjadi 5 dimensi yaitu tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana Tingkat Kepuasan Pengguna terhadap Aplikasi Mobile BRImo saat ini?

2. Bagaimana Pengaruh Fitur-fitur Aplikasi Mobile BRIImo Dalam Tingkat Kepuasan Pengguna?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna aplikasi mobile BRIImo.
2. Untuk mengetahui pengaruh fitur-fitur aplikasi mobile BRIImo dalam tingkat kepuasan pengguna.

1.4 Manfaat Penelitian

Laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Diploma IV pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali, Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan tambahan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dan menambah bahan bacaan di perpustakaan sebagai acuan bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali, serta dapat memberikan pengetahuan tentang dunia kerja yang nyata dengan pengaplikasian ilmu pengetahuan yang telah diberikan oleh Lembaga Pendidikan.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi BRI Unit Sukawati Gianyar dalam peningkatan dan penyempurnaan aplikasi Mobile BRIImo sehingga BRI dapat terus meningkatkan kepuasan nasabahnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menguraikan pokok-pokok pembahasan yang terbagi menjadi lima bab. Uraian dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah yang diteliti, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memaparkan uraian mengenai landasan teori yang mencakup kepuasan pengguna, pengaruh fitur-fitur aplikasi dalam tingkat kepuasan pengguna, dimensi kepuasan pengguna, aplikasi mobile serta bahasan mengenai penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka teoritis serta penjelasan mengenai pengembangan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

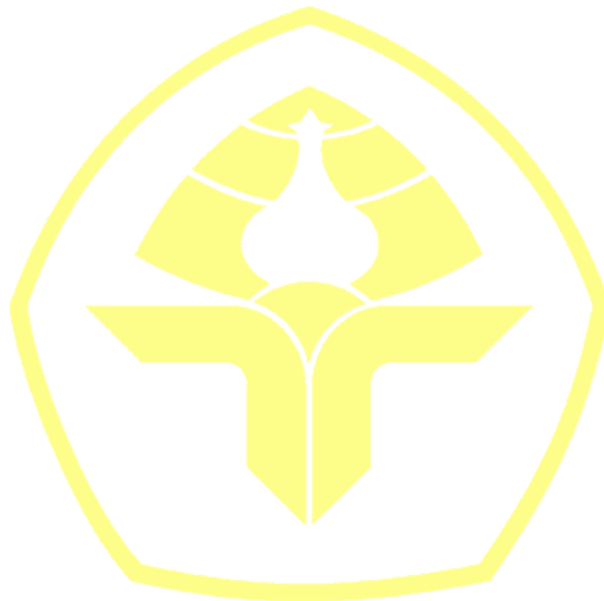
Pada bab ini terdiri dari tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, teknik analisis data, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan mengenai gambaran umum perusahaan, kumpulan data dan pembahasan yang berisi tentang deskripsi data, analisis data dan pembahasan terkait penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri atas simpulan atas hasil dari penelitian selanjutnya demi hasil penelitian yang lebih baik.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Menurut William J. Stanton (2018), manajemen pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Manajemen pemasaran dalam tingkat kepuasan pengguna merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga mereka puas dan loyal.

- A. Tujuan utama Manajemen Pemasaran dalam konteks Kepuasan Pengguna sebagai berikut:
1. Membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna
Kepuasan pengguna yang tinggi akan mendorong pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan Perusahaan dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain.
 2. Meningkatkan loyalitas pengguna
Pengguna yang loyal akan lebih cenderung untuk membeli Kembali produk atau layanan Perusahaan, serta kurang sensitive terhadap harga.

3. Memperkuat citra merek
Kepuasan pengguna yang tinggi akan berkontribusi pada pembentukan citra merek yang positif dimata konsumen.
 4. Meningkatkan pangsa pasar
Pengguna yang puas akan menjadi sumber pertumbuhan bisnis berkelanjutan.
- B. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pengguna dalam Manajemen Pemasaran sebagai berikut:
1. Memahami kebutuhan dan keinginan pengguna
 2. Menyediakan produk atau layanan berkualitas
 3. Memberikan pelayanan pengguna yang prima
 4. Mengelola keluhan pengguna dengan baik
 5. Membangun komunikasi yang efektif dengan pengguna

Jadi Manajemen Pemasaran yang efektif dalam meningkatkan Kepuasan Pengguna adalah kunci keberhasilan sebuah bisnis. Dengan memahami kebutuhan pengguna dan memberikan produk atau layanan yang berkualitas, Perusahaan dapat membangun hubungan jangka Panjang dengan pengguna dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

2.1.2 Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan konsep penting dalam pemasaran dan manajemen karena berkaitan dengan keberhasilan suatu produk atau layanan. Tingkat kepuasan pengguna dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk atau layanan, harga, pelayanan, dan faktor-faktor lain yang bersifat situasional. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna, perusahaan perlu memahami harapan dan persepsi pengguna terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pengguna, perusahaan dapat

menciptakan kepuasan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan profitabilitas jangka panjang.

Menurut Meithiana (2017), kepuasan pengguna adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pengguna terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh produk atau layanan yang diberikan. Kepuasan ini merupakan hasil evaluasi pengguna setelah menggunakan produk atau layanan yang dibandingkan dengan harapan mereka sebelum menggunakan produk atau layanan. Kevin Lane Keller (2018) menyatakan bahwa kepuasan pengguna adalah respon pemenuhan dari konsumen yang merupakan penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat under atau over pemenuhan. Menurut Sugiyono (2019), kepuasan pengguna dapat berdampak langsung pada loyalitas pengguna dan reputasi perusahaan. Pengguna yang puas cenderung kembali menggunakan produk layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain yang pada akhirnya bisa meningkatkan keuntungan dan posisi pasar perusahaan.

Dari berbagai pendapat diatas dapat disimpulkan kepuasan nasabah yaitu Tingkat perasaan seseorang nasabah setelah membandingkan kinerja produk atau kinerja jasa yang nasabah rasakan sesuai dengan harapannya. Jika apa yang diberikan Perusahaan atau instansi keuangan bank telah memenuhi keinginan nasabah maka nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu sangat penting bagi pihak Perusahaan untuk mengetahui kepuasan nasabahnya atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sebagai cara untuk mempertahankan nasabah yang royal kepada bank. Ada beberapa faktor yang menentukan tingkat kepuasan pengguna menurut Meithiana (2019) antara lain:

1. Kualitas Produk

Konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk adalah *performance*, *reability*, *conformance*, *durability*, *feature*, dan lainnya.

2. Kualitas Layanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan ini sudah banyak dikenal seperti yang di konsepkan oleh *serqual* yang meliputi 5 dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, and *tangible*.

3. Faktor Emosional

Konsumen yang merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka bila menggunakan produk dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk.

Kepuasan pengguna menjadi penting karena memiliki beberapa manfaat, seperti:

1. Meningkatkan loyalitas: pengguna yang puas cenderung akan menggunakan kembali produk atau layanan yang sama di masa mendatang.
2. Mempromosikan *word-of-mouth* positif: pengguna yang puas akan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

3. Meminimalkan biaya pemasaran: mempertahankan pengguna yang ada lebih murah daripada mencari pengguna baru.
4. Meningkatkan *profitabilitas*: kepuasan pengguna yang tinggi dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, perusahaan atau instansi perlu secara konsisten memantau dan meningkatkan kepuasan pengguna dengan mendengarkan umpan balik, memperbaiki kualitas produk/layanan, dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pengguna.

A. Pengaruh Fitur-Fitur Aplikasi Mobile BRImo

Fitur-fitur aplikasi mobile BRImo (BRI Mobile) dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna, tergantung pada sejauh mana fitur-fitur tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. berikut adalah beberapa fitur umum dalam aplikasi BRImo dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna:

1. Kemudahan Akses dan Navigasi

Fitur-fitur yang memudahkan pengguna untuk mengakses informasi atau melakukan transaksi dengan cepat dan mudah akan meningkatkan kepuasan. Contohnya adalah antarmuka yang intuitif, menu navigasi yang jelas, dan navigasi yang lancar antar halaman.

2. Keamanan Transaksi

Penggunaan teknologi keamanan yang canggih dan fitur-fitur untuk melindungi data transaksi pengguna dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi.

3. Fitur Transaksi

Ketersediaan fitur transaksi yang lengkap dan dapat diandalkan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa atau paket data, dan investasi, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengguna.

4. Notifikasi dan Pemberitahuan

Fitur yang memberikan pemberitahuan tentang status transaksi, pengingat jatuh tempo pembayaran, atau promo-promo eksklusif dapat meningkatkan interaksi pengguna dengan aplikasi dan membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih efektif.

5. Dukungan Pelanggan

Ketersediaan layanan dukungan pelanggan yang responsive dan efisien, baik melalui aplikasi maupun media lainnya, memberikan rasa percaya dan kepuasan tambahan kepada pengguna jika mereka menghadapi masalah atau pertanyaan.

6. Personalisasi Pengalaman Pengguna

Fitur-fitur yang memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna, seperti rekomendasi transaksi berdasarkan kebiasaan pengguna atau Riwayat transaksi, dapat meningkatkan kenyamanan dan relevansi aplikasi pada pengguna.

Pengaruh positif fitur-fitur tersebut pada tingkat kepuasan pengguna bisa tercermin dari feedback pengguna, peningkatan pengguna aplikasi, dan tingkat retensi pengguna. Oleh karena itu, pengembang aplikasi tetap relevan dan memenuhi harapan pengguna. Menurut Sugiyono (2018) prinsip-prinsip dalam konteks pengaruh fitur-fitur aplikasi mobile terhadap kepuasan pengguna secara umum sebagai berikut:

1. Kemudahan Pengguna (*Usability*)

Kemudahan pengguna adalah factor penting yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap suatu produk atau layanan. Fitur-fitur BRImo yang menyediakan antarmuka yang intuitif, navigasi yang mudah dipahami, dan proses transaksi yang lancar akan meningkatkan kepuasan pengguna.

2. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Pentingnya kualitas layanan dalam mempengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna. fitur-fitur BRImo yang memberikan layanan transaksi cepat, aman, dan andal akan meningkatkan kepuasan pengguna.

3. Keamanan Informasi

Pentingnya keamanan informasi dalam penggunaan teknologi. Fitur-fitur BRImo yang menawarkan proteksi data yang baik dan sistem keamanan yang kuat akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

4. Dukungan Pelanggan

Dukungan yang responsive dan efektif dari pihak penyedia layanan akan meningkatkan kepuasan pengguna. Fitur-fitur BRImo yang menyediakan bantuan dan dukungan pelanggan yang mudah diakses akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna.

5. Inovasi dan Adaptasi

Pentingnya inovasi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pengguna dalam mempengaruhi kepuasan. Fitur-fitur BRImo yang terus diperbarui dan meningkatkan fungsionalitasnya berdasarkan umpan balik pengguna akan meningkatkan kepuasan.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip ini, maka dapat melihat bagaimana fitur-fitur aplikasi mobile BRImo memiliki potensi besar untuk mempengaruhi kepuasan pengguna jika dirancang dan di implementasikan dengan baik. Secara keseluruhan, factor-faktor ini saling berinteraksi dan dapat membentuk pengalaman pengguna yang positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo.

B. Dimensi Kepuasan Pengguna

Adapun dimensi-dimensi kepuasan nasabah menurut para ahli diantaranya sebagai berikut:

Menurut Irawan (2015), terdapat tiga dimensi kepuasan pengguna yaitu:

1. *Product/Service Quality*: Dimensi ini mencakup aspek seperti kinerja, keandalan, keamanan, dan kesesuaian produk atau jasa dengan spesifikasi yang dijanjikan. Kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna.
2. *Service Quality*: Dimensi ini berkaitan dengan cara penyampaian produk atau jasa kepada pengguna, meliputi aspek seperti keramahan, kecepatan, dan kemudahan dalam mendapatkan layanan. Pelayanan yang baik akan membuat pengguna merasa dihargai dan diapresiasi.
3. *Emotional Factor*: Dimensi ini menyangkut aspek seperti kepercayaan, perhatian, dan pengalaman positif yang diperoleh pengguna saat mengonsumsi produk atau jasa tersebut. Factor emosional antara pengguna dengan produk atau jasa maupun perusahaan.

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan pada umumnya program kepuasan pengguna meliputi kombinasi dari tujuh dimensi utama yaitu:

1. *Performance* (Kinerja): Dimensi ini merujuk pada tingkat konsistensi kerja suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsi utamanya.
2. *Features* (Fitur): Dimensi ini merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari suatu produk yang dapat menambah nilai guna dan diferensiasi dari produk lain.
3. *Reliability* (Keandalan): Dimensi ini berkaitan dengan kemungkinan kecil suatu produk mengalami kerusakan atau gagal di pakai dalam periode waktu tertentu.
4. *Conformance* (Konformasi): Dimensi ini menunjukkan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi atau standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. *Durability* (Daya Tahan): Dimensi ini merupakan ukuran masa pakai suatu produk sebelum produk tersebut harus diganti.
6. *Serviceability* (Kemampuan Pelayanan): Dimensi ini merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan produk.
7. *Aesthetics* (Estetika): Dimensi ini merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai keindahan yang melekat pada produk tersebut.

C. Metode Pengukuran Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler, et al dalam Meithiana (2019:88) ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pengguna diantaranya sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pengguna (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para penggunanya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi ini dapat memberikan ide bagi perusahaan dan

memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pengguna adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk=produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pengguna yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal tersebut terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan Perusahaan dalam memuaskan penggunanya.

d. Survei Kepuasan Pengguna

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pengguna dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para penggunanya.

2.1.3 Pelayanan Pengguna

Menurut Sartono dalam Kanedi dkk (2017) pelayanan adalah sebuah kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak memiliki suatu wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan

apapun. Pelayanan yang berkualitas tinggi akan sejalan dengan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pengguna. Setidaknya terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan di awal, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. (Yuliana, 2015)

Terdapat tiga karakteristik pelayanan dalam Kanedi dkk (2017) yaitu sebagai berikut:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
3. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Sedangkan menurut Rohman (2017) pengguna adalah seorang individu yang secara berulang-ulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. Dalam Arfifahani (2018) pengguna memberikan pandangan yang penting untuk memahami mengapa Perusahaan harus menciptakan dan memelihara pengguna dan bukan hanya menarik pembeli. pengguna adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari anda. Kebiasaan terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode tertentu. Dalam uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna merupakan seseorang individu yang secara terbiasa datang ke tempat yang sama untuk

memuaskan keinginannya dengan harapan mendapatkan suatu manfaat dari jasa atau produk tersebut.

Pelayanan Pengguna menurut Lucas dalam Jeske dkk (2015) adalah kemampuan dari seseorang yang mempunyai pengetahuan, memiliki kapabilitas, dan antusias dalam menyampaikan produk dan layanan kepada pelanggan internal dan eksternal dengan cara dapat memuaskan kebutuhan, baik yang teridentifikasi maupun tidak teridentifikasi dan memiliki tujuan akhir untuk mendapatkan publikasi positif antar mulut ke mulut dan berdampak pada meningkatnya keuntungan bisnis. Menurut Rangkuti (2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa inti dari memberikan pelayanan kepada pengguna yaitu sebagai berikut:

1. *Personalized*: memberikan pelayanan dengan tulus kepada pengguna secara personal, dapat dilakukan dengan cara menyebut nama pelanggan saat berkomunikasi langsung sambil tersenyum.
2. *Memorable*: memberikan pelayanan yang akan selalu dikenang oleh pelanggan, sebagai contoh untuk dengan cepat tanggap membantu permasalahan pengguna. Pelayanan yang akan selalu dikenang ini tidak harus mahal, bisa berupa pelayanan kecil tetapi memberikan sebuah kenangan yang sangat besar, seperti memberi perhatian secara khusus kepada pelanggan tersebut.
3. *Timely*: pengguna yang menggunakan produk atau jasa Perusahaan adalah pengguna yang sibuk dan Istimewa, jadi sudah merupakan sebuah kewajiban dari Perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan secepat mungkin kepada orang-orang Istimewa tersebut.

A. Mobile Service Quality

Menurut teori Young Cheong Lee (2017) Model penelitian MSQ dibagi menjadi 5 dimensi, kemudian 5 dimensi yang menjadi fokus pada pengembangan

mobile-service quality adalah *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Adapun penjelasan dari masing-masing dimensi sebagai berikut:

1. *Tangibility* (Tangibilitas)

Mengacu pada aspek fisik atau visual dari aplikasi mobile, seperti desain antarmuka pengguna, grafik, dan kejelasan informasi.

2. *Reliability* (Keandalan)

Merujuk pada kemampuan aplikasi mobile untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, seperti kestabilan aplikasi, ketersediaan konten, dan kecepatan respon.

3. *Responsiveness* (Responsifitas)

Menggambarkan seberapa cepat dan efektif aplikasi mobile merespons interaksi pengguna, seperti waktu respons terhadap input pengguna dan kemudahan navigasi.

4. *Assurance* (Jaminan)

Merupakan kepercayaan pengguna terhadap kemampuan aplikasi mobile untuk memberikan layanan yang berkualitas dan aman, seperti keamanan data dan transaksi, serta keandalan informasi yang disediakan.

5. *Empathy* (Empati)

Mengacu pada kemampuan aplikasi mobile untuk memahami dan merespons kebutuhan individual pengguna dengan cara yang ramah dan personal, misalnya melalui fitur-fitur kustomisasi atau layanan pelanggan yang responsif.

2.1.4 Aplikasi BRImo

Aplikasi BRImo merupakan pengembangan dari mobile banking sebelumnya. BRImo saat ini menghadirkan berbagai layanan yang akan mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu

keunggulan yang ditawarkan pada aplikasi BRImo yaitu nasabah dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM dan hanya mengandalkan aplikasi pada smartphone penggunanya. Untuk menjalankan fungsinya, kualitas produk harus berhubungan dengan kemampuan produk, termasuk keandalan, keseluruhan produk, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, ketepatan atribut bernilai lainnya.

Aplikasi BRImo telah menghadirkan fitur-fitur yang dapat membantu nasabah dalam aktivitas transaksinya. Bagi para nasabah yang memiliki kesibukan maka dengan dihadirkan BRImo ini dapat membantu melakukan transaksi transfer ke sesama rekening, mengecek mutase uang masuk dan uang keluar, nasabah bisa Tarik tunai dan setor tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Nasabah juga bisa melakukan pembayaran rutin seperti bayar air, listrik, dan asuransi serta bisa juga melakukan top up dompet digital seperti gopay, shoopepay, ovo, dana, dan masih banyak lagi kelebihan yang dapat nasabh rasakan dengan menggunakan Aplikasi BRImo.

a. Kegunaan Aplikasi BRImo antara lain:

1. Pembayaran Tagihan
2. Transfer Dana
3. Pembelian Pulsa dan Paket Data
4. Cek Saldo dan Mutasi Rekening
5. Top Up E-Money
6. Pengelolaan Produk Keuangan
7. Pemesanan Produk dan Layanan

b. Manfaat Aplikasi BRImo antara lain:

1. Kemudahan Akses
2. Efisiensi Waktu

3. Pembayaran Online
 4. Monitoring Keuangan
 5. Keamanan
 6. Fitur Lengkap
 7. Promosi dan Penawaran Khusus
- c. Kekurangan Aplikasi BRImo antara lain:
1. Keterbatasan Jaringan
 2. Keterbatasan Fitur
 3. Keterbatasan Perangkat
 4. Ketergantungan pada Teknologi

Jadi Aplikasi Mobile BRImo diciptakan kepada nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui smartphone. Banyak keuntungan yang bisa di dapatkan oleh nasabah dengan memanfaatkan layanan, terutama bila dilihat dari waktu dan tenaga yang dapat di hemat karena transaksi menggunakan mobile banking pasti bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja selama nasabah dapat terhubung dengan jaringan internet.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Adapun beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini dengan membandingkan masing-masing hasil penelitian terdahulu. Adapun penjelasan detail mengenai beberapa penelitian terdahulu disajikan dalam table dibawah ini:

No	Deskripsi	Pembahasan	Perbedaan Penelitian
1	Evaluasi Manajemen Resiko Teknologi	Jurnal tersebut dapat memberikan referensi bagi	Membahas mengenai analisis manajemen risiko teknologi

	<p>Informasi Pada M-Banking BRI Balikpapan Menggunakan Framework Cobit5</p> <p>Tahun: 2021</p> <p>Peneliti: Joy Nashar Utamajaya, Gita Aprilianur dan Nurhalisa Sakir</p> <p>Metode Penelitian: Metode analisis data dengan tahapan <i>Assesment Process Activities</i></p> <p>Jurnal: Sistem Informatika</p>	<p>peneliti yaitu dengan mengambil objek penelitian yang sama yaitu m-banking BRI</p>	<p>informasi pada m-banking BRI menggunakan framework COBIT5, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu tingkat kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo dengan metode CSI dan MSQ</p>
2	<p>Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Potential Gain In Customer Value (PGCV)</i></p> <p>Tahun: 2016</p> <p>Peneliti:</p>	<p>Jurnal tersebut dapat memberikan referensi bagi peneliti yaitu mengenai pengguna metode CSI dan PGCV dalam menganalisis Tingkat kepuasan pelanggan</p>	<p>Membahas mengenai analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Potential Gain In Customer Value (PGCV)</i></p>

	<p>Vera Devani dan Rizki Azwar Rizko</p> <p>Metode Penelitian: Metode penelitian deskriptif analisis</p> <p>Jurnal: Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi</p>		
3	<p>Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking dengan Metode UX Curve (Studi Kasus: BRI Mobile Banking)</p> <p>Tahun: 2020</p> <p>Peneliti: Nadia tul Khaira, Hanifah Muslimah az-zahra, Alfi Nur Rusyi</p> <p>Metode Penelitian: Studi literatur, persiapan pengembalian data, pengolahan data dan hasil analisis</p>	<p>Jurnal tersebut sebagai referensi bagi peneliti yaitu penggunaan <i>user experience</i> pada penggunaan mobile banking BRI</p>	<p>Membahas mengenai analisis pengalaman pengguna dengan metode <i>user experience curve</i></p>

	<p>Jurnal: Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer</p>		
4	<p>Evaluasi Kesiapan dan Penerimaan Penerapan Aplikasi BRImo Dengan Menggunakan Metode Technology Readiness Acceptance Model (TRAM) Tahun: 2019 Peneliti: Joseph Christian Saragih, Windi Eka Yulia R dan Beny Prasetyo Metode Penelitian: Kuantitatif Jurnal: Sistem Informasi</p>	<p>Jurnal tersebut digunakan sebagai referensi bagi peneliti yaitu penggunaan objek penelitian berupa BRIMO</p>	<p>Membahas mengenai evaluasi pada kesiapan dan penerimaan penerapan aplikasi BRImo dengan metode TRAM</p>
5	<p>Kualitas Pelayanan Bank dengan Menggunakan Metode Importance</p>	<p>Muthia Anggraeni (2022)</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian terhadap 93 responden, diketahui sebanyak 92% merasa puas dan</p>

	<p>Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah</p> <p>Tahun: 2017</p> <p>Peneliti: Yudi Siyamto</p> <p>Metode Penelitian: Metode Angket (questionnaire)</p> <p>Jurnal: Ilmiah Ekonomi Islam</p>		<p>terbantu dengan kehadiran sistem, dan factor-faktor yang terbukti memberi pengaruh terhadap <i>user satisfaction</i> yaitu <i>perceived usefulness, ease of use, content, format, system speed</i>.</p>
6	<p>Analisis Kepuasan Pengguna Akhir Aplikasi PLN Mobile Menggunakan Metode EUCS Berdasarkan Propektif Pelanggan PT.PLN (Persero) UP3 Jember</p> <p>Tahun: 2019</p> <p>Peneliti:</p>	<p>Penelitian ini didasari oleh untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna akhir aplikasi PLN mobile menggunakan metode EUCS dan untuk mencari rekomendasi apa yang harus dilakukan pengembang</p>	<p>Menggunakan variabel <i>Content, Format, Ease of Use, Accuracy, Timeliness, End User Satisfaction</i> dan hasil yang didapat dari penelitian ini adalah ke semua variabel dalam model evaluasi EUCS memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pengguna akhir aplikasi PLN mobile.</p>

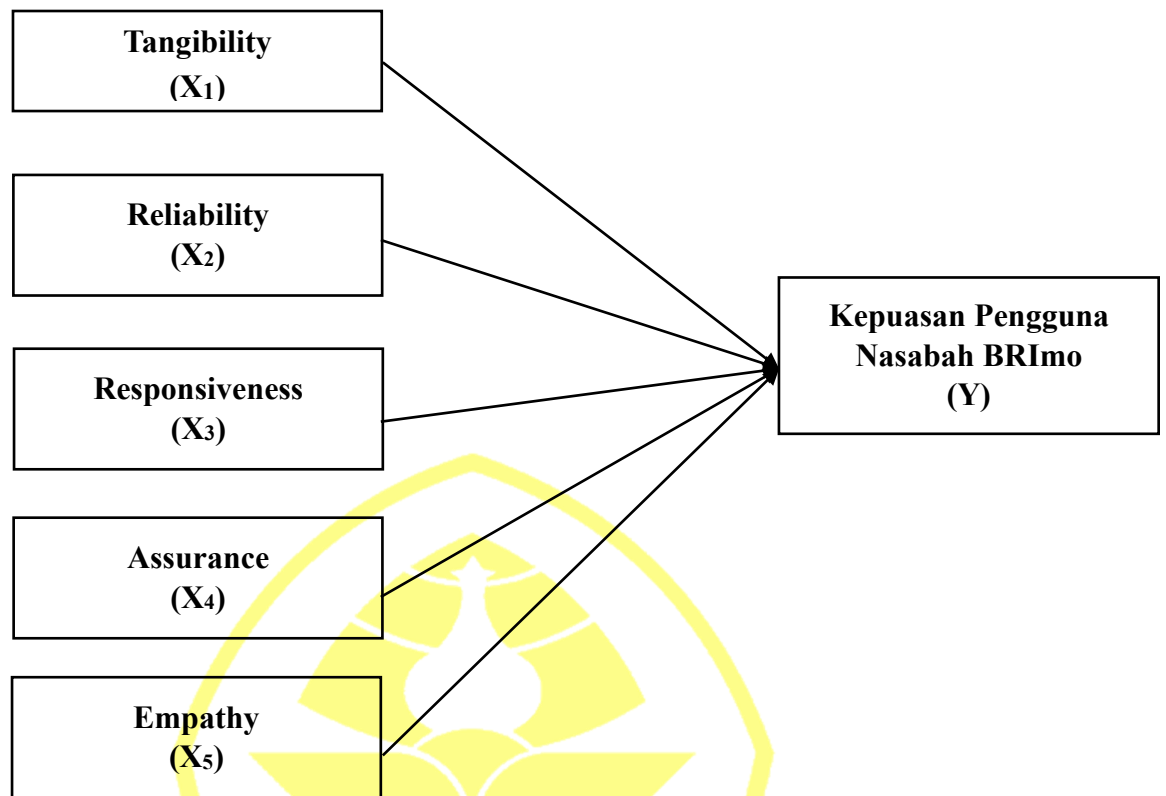
	Arief Fujiyanto	aplikasi PLN mobile untuk menjaga atau meningkatkan kepuasan pengguna akhir aplikasi PLN mobile	
7	Analisis End User Computing Satisfaction (EUCS) Pada Aplikasi Mobile Universitas Bina Darma Tahun: 2019 Penerbit: Muhammad Aja Sugandi & R.M Nasrul Halim	Untuk mengetahui apakah aplikasi mobile Universitas Bina Darma (UBD) mengetahui tingkat kepuasan dari sisi pengguna akhir.	Menggunakan variabel <i>content, format, ease of use, accuracy, timeliness, ends user satisfaction</i> . Dimana dari 100 responden menghasilkan 70 responden yang merasa puas dengan aplikasi UBD mobile mahasiswa, dari 5 variabel EUCS, terdapat 3 variabel yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi yaitu variabel <i>content, format, dan ease of use</i> .
8	Pengujian Kepuasan Sistem Informasi Menggunakan EUCS Kasus: Sistem Informasi Akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun: 2020 Penerbit:	Peneliti menemukan bahwa sistem yang berjalan belum diketahui tingkat keberhasilan penerpannya berdasarkan persepsi pengguna akhirnya disisi lain masih terdapat beberapa masalah yang terjadi dalam sistem AIS	Menggunakan variabel <i>accuracy, content, ease of use, end user satisfaction, format, security, timeliness</i> . Mengetahui status kepuasan pengguna akhir AIS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan menguji factor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pengguna akhir sistem.

	Rosalina		
9	Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Tingkat Kepuasan Pengguna OVO Menggunakan Metode EUCS Tahun: 2020 Penerbit: Sekar Arum Septiari	<p>Belum pernah dilakukan evaluasi kepuasan pengguna aplikasi OVO dan untuk mengetahui fakto-faktor apa saja yang berdampak positif terhadap tingkat kepuasan pengguna aplikasi OVO.</p>	<p>Menggunakan variabel <i>content</i>, <i>accuracy</i>, <i>format</i>, <i>ease of use</i>, <i>timeliness</i>. Dimana dari 5 variabel yang ada di dalam model evaluasi EUCS terdapat 2 variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO yaitu variabel <i>ease of use</i>, dan <i>format</i>, sedangkan variabel <i>content</i>, <i>accuracy</i>, <i>timeliness</i> tidak berpengaruh.</p>
10	Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Pelayanan Pelanggan Telekomunikasi Menggunakan Metode EUCS Tahun: 2020 Penerbit: Ridho Dhafi Fauzan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	<p>Meningkatkan jumlah pengguna layanan telekomunikasi serta penyedia layanan telekomunikasi seluler di perusahaan.</p>	<p>Menggunakan variabel <i>content</i>, <i>accuracy</i>, <i>format</i>, <i>ease of use</i>, <i>timeliness</i>. Dimana daria variabel tersebut 2 variabel yang ditolak yaitu <i>accuracy</i> dan <i>ease of use</i>, sedangkan <i>content</i>, <i>format</i>, dan <i>timeliness</i> diterima.</p>

11	Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi BRImo Menggunakan Mobile Service Quality Dengan Motode CSI Tahun: 2023 Penerbit: Dini Andini	Mengetahui kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan aplikasi BRImo	Menggunakan variabel <i>efficiency</i> , <i>fullfiment</i> , <i>security</i> , <i>contact</i> , <i>responsive</i> . Dimana dalam perhitungan CSI presentase kepuasan pengguna sebesar 81,33% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap kualitas layanan aplikasi mobile BRImo.
----	--	---	---

2.3 Kerangka Teoritis

Menurut Umma Sekara (2018) menyatakan bahwa, kerangka berpikir ini adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan itu dengan segala macam factor yang telah atau sudah di identifikasikan yakni sebagai masalah yang penting. Pengguna aplikasi BRImo sangatlah diminati banyak nasabah bank BRI, dari banyaknya nasabah yang menggunakan aplikasi BRImo ada saja nasabah yang merasa belum puas dengan pelayanan yang ada pada aplikasi tersebut, oleh karena itu peneliti mengambil 5 variabel agar mengetahui kepuasan nasabah tersebut, yaitu *tangibility* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), *Empathy* (X₅), sedangkan untuk variable Y yaitu kepuasan pengguna nasabah BRImo. Maka dari itu dalam penelitian ini akan merumuskan kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka teoritis

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian. Hipotesis adalah jawaban yang masih berdasarkan pada teori yang relevan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dalam penelitian tersebut, membuktikan berdasarkan uji regresi berganda secara parsial ditemukan bahwa variabel MSQ berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi BRImo. Artinya semakin tinggi MSQ yang diterima oleh bank, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan. Maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menurut Zeithaml dan Bitner (2015) *tangibility* adalah aspek yang paling mudah dinilai oleh pengguna karena berkaitan dengan bukti fisik atau nyata dari layanan yang mereka terima. Semakin tinggi nilai *tangibility* maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Namun, apabila nilai *tangibility* terlalu tinggi maka hal ini kurang bagus bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ushantha dan Kottawatta (2022) yang menunjukkan bahwa *tangibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan konsep dan penelitian sebelumnya tersebut maka dapat diperoleh hipotesis pertama yaitu sebagai berikut:

H₁: *Tangibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna

Menurut Lovelock dan Wirtz (2017) *reliability* adalah mengacu pada kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Oleh karena itu, untuk memberikan layanan yang handal, perusahaan perlu memiliki sistem operasi yang baik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ladhari (2016) yang menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan konsep dan penelitian sebelumnya tersebut maka dapat diperoleh hipotesis kedua yaitu sebagai berikut:

H₂: *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna

Menurut Izogo dan Ogba (2016) *responsiveness* merupakan komponen penting dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pengguna dalam aplikasi mobile dimana, pelayanan yang tanggap dan cepat sangat dihargai oleh pengguna. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Bahia dan Nantel (2016) yang

menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. berdasarkan kosep dan penelitian sebelumnya tersebut maka diperoleh hipotesis ketiga yaitu sebagai berikut:

H₃: *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna

Menurut Defond dan Zhang (2014) *assurance* adalah layanan professional yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna informasi terhadap informasi yang dihasilkan oleh entitas. Dimana dapat mencakup laporan keuangan, review, dan layanan lainnya yang memberikan tingkat keyakinan yang bervariasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pereira, R., Silva, M.M., & Lapao (2017) yang menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. berdasarkan konsep dan penelitian sebelumnya tersebut maka dapat diperoleh hipotesis keempat yaitu sebagai berikut:

H₄: *Assurance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Menurut Sugiyono (2016) *empathy* merupakan kemampuan untuk memahami dan merasakan kondisi emosional orang lain serta memberikan respon yang sesuai, yang dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna secara keseluruhan. *Empathy* membantu membangun hubungan kuat antara penyedia layanan dan pengguna. pengguna yang merasa terhubung secara emosional dengan penyedia layanan cenderung lebih puas dan loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiraly & Griffiths (2020) yang menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna berdasarkan konsep dan penelitian sebelumnya tersebut maka dapat diperoleh hipotesis kelima yaitu sebagai berikut:

H₅: *Empathy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan BRI Unit Sukawati Gianyar yang beralamat Jl. Raya Sukawati No 4, Sukawati, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer pengguna atau nasabah yang menggunakan aplikasi mobile BRImo. Data yang dikumpulkan berupa ulasan dan rating aplikasi mobile, data pengguna aplikasi, dan hasil wawancara beserta kuesioner.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi menakup semua elemen yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dan juga populasi ini bisa berupa konsumen potensial, pelanggan, atau segmen pasar tertentu yang memiliki karakteristik serupa.

Populasi merupakan keseluruhan obyek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu hal yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diterapkan oleh penulis sehingga dapat memberikan informasi serta menarik kesimpulan atas suatu penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah nasabah atau masyarakat yang ada di sukawati gianyar. Berdasarkan data yang tercatat di perusahaan terdapat 14.000 ribu yang sudah terdaftar pada indeks perusahaan BRI Unit Sukawati Gianyar.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Dalam peneliti ini, yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel yaitu purposive sampling. Dikarenakan jumlah populasinya lebih besar maka biasa menggunakan simulasi perhitungan of margin error 10% dikarenakan ukuran populasinya diatas 1.000, didapatkan sebanyak 100 sampel pengguna yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan pada penelitian ini (Sugiyono, 2018). Berikut rumus purposive sampling yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi

e = Error atau kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan

3.3 Variabel Penelitian

Identifikasi variabel suatu penelitian merupakan penjelasan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap berbagai indicator yang membentuknya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

3.3.1 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan yang mempengaruhi atau yang menyebabkan perubahan serta timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam

penelitian adalah tingkat kepuasan pengguna dalam teori mobile service quality yaitu adalah *tangibility* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *Empathy* (X_5).

3.3.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pengguna (Y)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Pengertian data primer menurut Sugiyono (2017:137) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dalam hal ini adalah BRI Unit Sukawati Gianyar dengan menggunakan teknik pengumpulan data langsung pada subjek seperti observasi terhadap sumber informasi yang dicari, dan penyebaran kuesioner pada pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI Unit Sukawati Gianyar.

3.4.2 Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2017:137) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini peneliti mendapat di situs resmi perusahaan www.bri.co.id.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang memiliki sifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat secara langsung dihitung atau diukur sebagai variabel angka. Sedangkan data primer merupakan data yang diperoleh oleh penulis dengan penyebaran kuesioner,

wawancara, dan observasi. Data primer diperoleh berdasarkan hasil dari indikator-indikator kuesioner.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

Observasi merupakan Teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain (Sugiyono, 2017:15). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung pada kegiatan perusahaan serta mengidentifikasi permasalahan yang sering dialami pengguna aplikasi Mobile BRImo. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan terhadap tindak lanjut penyelesaian masalah sistem aplikasi Mobile BRImo di BRI Unit Sukawati Gianyar.

3.5.2 Kuesioner

Menurut Fauzi dkk (2022:80) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Pernyataan yang diajukan dalam kuesioner penelitian ini yaitu mengenai analisis kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Mobile BRImo di BRI Unit Sukawati Gianyar.

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner mengenai kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo. Kuesioner yang diberikan berbentuk google form dimana responden diminta untuk mengisi link yang telah diberikan sesuai dengan alternatif

jawaban yang dipilih. Alternatif jawaban yang dipilih menggunakan skala likert yang menerangkan; Sangat Tidak Puas (STP), Tidak Puas (TP), Cukup Puas (CP), Puas (P), Sangat Puas (SP). Instrument yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen (X) memiliki 5 instrumen yang merupakan dimensi dari metode MSQ, sedangkan Variabel Dependen (Y) merupakan variabel yang disarankan oleh pengguna aplikasi BRImo. Seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian (Kuesioner)

Variabel	Indikator	Skala Likert
<i>Tanibility</i> (X₁)	Aplikasi Mobile memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat. Diperoleh dari kutipan Dini Andini, 2023.	Likert
	Aplikasi Mobile memungkinkan memuat halaman dengan cepat.	
<i>Reliability</i> (X₂)	Aplikasi Mobile memungkinkan penyelesaian dengan cepat proses transaksi yang sedang terjadi.	Likert
	Aplikasi Mobile menyediakan dana berupa pinjaman untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai seperti	
<i>Responsiveness</i> (X₃)	Aplikasi Mobile menyediakan kontak admin untuk menghubungi perusahaan.	Likert

	Aplikasi Mobile memberikan opsi mudah untuk pengembalian dana/pinjaman tanpa anggunan.	
	Aplikasi Mobile memberikan jaminan/penawaran pinjaman tanpa anggunan.	
Assurance (X4)	Aplikasi Mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi disitus lain.	Likert
	Aplikasi Mobile melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna.	
	Aplikasi Mobile melindungi informasi tentang perilaku transaksi yang terjadi di aplikasi M-banking.	
Empathy (X5)	Aplikasi Mobile menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan.	Likert
	Agen layanan aplikasi mobile menjamin pemberian saran yang konsisten.	
	Agen layanan aplikasi mobile menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi.	
Kepuasan Pengguna	Saya puas dengan pelayanan yang ada di aplikasi mobile BRImo.	Likert

(Y)	Saya puas dengan aplikasi BRImo karena menyelesaikan transaksi dengan cepat.	
-----	--	--

Sumber: Dini andini, 2023

3.6 Uji Validitas dan Reabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas dapat digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner dapat dikatakan sah atau tidak. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel dengan degree of freedom (df) = n-2 dengan alpha 0,05. Apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai positif maka indikator tersebut dikatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- a) Apabila signifikansi variable $> 0,05$ maka kuesioner tersebut dikatakan valid.
- b) Apabila signifikansi variabel $< 0,05$ maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reabilitas

Menurut Sekar (2021) Uji Reabilitas atau handal merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan untuk mengukur reliabel atau handal, apabila memiliki koefisien reliabilitas (α) sebesar 0,6 atau lebih

- a) Jika r-alpha positif atau $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel.
- b) Jika r-alpha negatif atau $< 0,6$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Uji Reabilitas dilakukan pada item pertanyaan yang dinyatakan valid.

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan selalu konsisten. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Selanjutnya hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

3.7 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai dasar utama instrumen penelitian. Kuesioner dibuat menjadi tiga bagian, yaitu bagian pertama terdiri dari 5 pertanyaan terkait profil responden, bagian kedua terdiri dari 13 pernyataan yang disesuaikan dengan dimensi-dimensi yang terdapat dalam metode MSQ dan dibagian terakhir berisi 2 pertanyaan opsional yang berkaitan dengan kepuasan pengguna.

Penilaian dari setiap poin pernyataan di dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert pada tahun 1932. Skala Likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang mempresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Dalam proses analisis data, komposit skor, biasanya jumlah atau rata-rata dari semua butir pertanyaan dapat digunakan.

Menurut Ames T. Croasmun Lee Ostrom (2011) skala berguna dalam proyek penelitian ilmu sosial dan sikap. Ujian Self-Efficacy Umum adalah tes yang digunakan untuk mengetahui apakah faktor-faktor dalam lingkungan pendidikan

mempengaruhi efikasi diri belajar peserta. Skala likert memberikan serangkaian tanggapan terhadap suatu pernyataan atau rangkaian pernyataan. Biasanya ada 5 instrumen asli memiliki 10 item efikasi dan menggunakan skala Likert 4 poin. Alfa Cronbach untuk tes asli berkisar antara 0,76 hingga 0,90. Skala Likert 5 item dibuat dari instrumen ini dengan terlebih dahulu menambahkan opsi “3 = netral/ragu-ragu” dan juga dengan menambahkan lima item dengan kata-kata negatif ke instrumen. James T. Croasmun adalah Direktur Pengembangan Kurikulum di Universitas Brigham Young di Rexburg, Idaho. nstrumen ini diujicobakan dengan 20 peserta. Alfa Cronbach untuk studi percontohan ini adalah 0,87. Instrumen tersebut kemudian digunakan dalam penelitian besar, dan alpha Cronbach ditemukan sebesar 0,88. Lee Ostrom adalah profesor di Pusat Pendidikan Tinggi Idaho Falls di Universitas Idaho, Idaho Falls, Idaho. Hal ini menghasilkan instrumen yang menunjukkan konsistensi internal yang kuat.

Tabel 3. 2 Penentuan Skor Jawaban

Skala Jawaban	Skor
Sangat Puas (SP)	5
Puas (P)	4
Cukup Puas (CP)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Jawaban dari responden dijumlahkan sesuai pilihan yang telah disediakan kemudian dikalikan dengan skor yang telah ditetapkan hingga mendapat total skor dari semua hasil pengalihan. Jika sudah didaapatkan, maka total skor diklasifikasikan ke daerah rating scale dan jarak interval yang sesuai dengan skala jawaban yang

telah ditentukan. Penentuan rating scale dan jarak interval dapat ditentukan apabila skor ideal sudah dihitung dengan cara mengalikan skor dengan jumlah responden. Total skor yang sudah diklasifikasikan, ditentukan lagi Tingkat persetujuan dalam bentuk persentase terhadap setiap indicator pada kuesioner dengan cara jumlah total skor dibagi jumlah skor ideal dikali 100% (Sugiyono, 2017:161).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa menarik Kesimpulan yang lebih luas (inferensi). Tujuannya adalah untuk memberikan Gambaran yang jelas mengenai karakteristis dari data yang ada, baik dalam bentuk table, grafik, maupun narasi statistic (Sugiyono, 2020). Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tanggapan responden dan dibutuhkan rentang skala yang dapat diperoleh sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0,8$$

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Interval	Keterangan
1,00 -1,80	Sangat Tidak Puas

1,81-2,60	Tidak Puas
2,61-3,40	Cukup Puas
3,41-4,20	Puas
4,21-5,00	Sangat Puas

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam menganalisis pada penelitian terbebas dari penyimpangan asumsi klasik atau tidak (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik memeberikan kapasitas persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalm estimasi, konsisten, dan tidak bias. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variable independent dan variable dependen pada penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak (Ghozali 2018). Uji normalitas ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test* dengan ketentuan jika nilai angka signifikan $> 0,05$ maka distribusi data dinyatakan memenuhi asas asumsi normalitas. Sedangkan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikonearitas digunakan untuk menguji apakah antara variable bebas terdapat multikolinear atau tidak dan apakh ditemukan adanya korelasi antar

variable bebas pada model regresi (Ghozali 2018). Jika tidak terjadi kerelasi antara variable bebas maka model regresi dikatakan baik. Uji multikonearitas pada penelitian ini dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Umumnya nilai *cutoff* yang digunakan adalah jika nilai *tolerance* < 0,10 atau jika nilai VIF > 10 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas dalam data. Sedangkan jika nilai *tolerance* > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dalam data.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali 2018). Penelitian ini menggunakan uji *scatter-plot* untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada peneltian ini ditentukan dengan melihat garis horizontal tersebar secara acak maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sedangkan garis horizontal tidak tersebar acak menunjukkan pola tertentu seperti melebar kesamping, menyempit, atau berbentuk gelombang maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Hasil dari analisis ini akan menguji seberapa besar pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *Empathy* terhadap kepuasan pengguna. berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menganalisis regresi linear berganda:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengguna

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X₁ = *Tangibility*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *Responsiveness*

X₄ = *Assurance*

X₅ = *Empathy*

e = Error

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R² kecil berarti kemampuan variabel bebas sangat terbatas, sedangkan jika nilai R² mendekati 1 maka variabel bebas dapat memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat.

3.11.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F dapat dilakukan dengan

menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel atau nilai sig F $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai F hitung $<$ nilai F tabel atau nilai sig F $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.11.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali 2018). Uji t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi atau berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table. Kriteria pengambilan dalam uji t adalah sebagai berikut;

- a. Jika nilai t hitung $>$ t table atau nilai sig t $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai t hitung $<$ t table atau nilai sig t $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Khalayak Sasaran

4.1.1. Sejarah Perusahaan



Gambar 4. 1 Logo Bank Rakyat Indonesia

Sumber: Bank Rakyat Indonesia

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto“, suatu Lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi).

Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 Tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu memulai PERPU No. 41 tahun 1960 di bentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan

Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

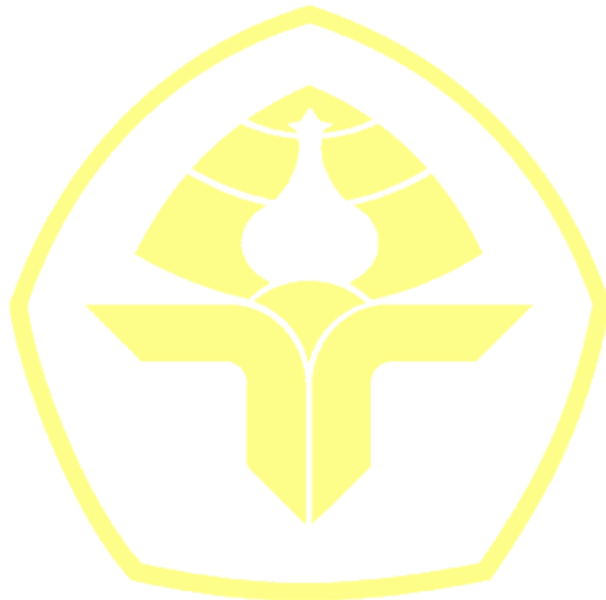
Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank Tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim). Berdasarkan Undang-undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia.

Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi Perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat ini masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada atahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publuk dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih di gunakan sampai dengan saat ini.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 di dasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai tetap konsisten, yaitu dengan focus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK pada tahun 1994 sebesar Rp. 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp. 20.466 milyar.

Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai unit kerja yang berjumlah 4.447

buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi/SPI, 170 Kantor Cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P.Point, 3.075 BRI Unit dan 357 Pos Pelayanan Desa.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

4.1.2. Lokasi Perusahaan



Sumber: Bank BRI Unit Sukawati

Gambar 4. 2 Lokasi Perusahaan BRI Unit Sukawati Gianyar

Lokasi BRI Unit Sukawati Gianayar :

Alamat : Jl. Raya Sukawati No. 4, Sukawati, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali 80582

Telepon : (021) 1500017

Fax : 0361290132

E-mail : m0815@corp.co.id

Website : <https://bri.co.id/>

4.1.3. Visi & Misi Perusahaan

Adapun Visi, Misi, dan Core Values Bank BRI yang selalu diterapkan sebagai berikut :

a. Visi

“The Most Valuable Banking Group in Sountheast Asia and Champion of Financial Inclusion”

b. Misi

1. Memberikan Yang Terbaik

Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi Masyarakat.

2. Menyediakan Pelayanan Yang Prima

Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang professional dan memiliki budaya berbasis kinerja (performance-driven culture), teknologi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan risk management excellence.

3. Bekerja dengan Optimal dan Baik

Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik Good Corporate Governance yang sangat baik.

c. Core Values

1. Amanah

- a. Memenuhi janji dan komitmen.
- b. Bertanggung jawab atas tugas, keputusan, dan tindakan yang dilakukan.
- c. Berpegang teguh kepada nilai moral dan etika.

2. Kompeten

- a. Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah.
- b. Membantu orang lain belajar.
- c. Menyelesaikan tugas dengan kualitas terbaik.

3. Harmonis

- a. Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya.
 - b. Suka menolong orang lain.
 - c. Membangun lingkungan kerja yang kondusif.
4. Loyal
- a. Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN, dan Negara.
 - b. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
 - c. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan dengan hukum dan etika.
5. Adaptif
- a. Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik.
 - b. Terus-menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi.
 - c. Bertindak proaktif.
6. Kolaboratif
- a. Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi.
 - b. Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah.
 - c. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan Bersama.

4.1.4. Bidang Usaha

Adapun bidang usaha yang ditawarkan oleh BRI Unit Sukawati sebagai berikut:

a. Simpanan

Adapun bagian dari simpanan sebagai berikut :

1. Tabungan

- Simpedes Usaha merupakan tabungan yang mengakomodir kebutuhan transaksi untuk pengusaha mikro.
- Britama Bisnis merupakan tabungan untuk mendukung bisnis dengan kelebihan dalam keleluasan bertransaksi, kejelasan pencatatan transaksi dan keuntungan lainnya.
- Britama merupakan tabungan dengan beragam kemudahan yang didukung fasilitas e-banking, sehingga nasabah dapat bertransaksi.

- Britama X merupakan tabungan untuk anak muda dengan design kartu debit khusus yang elegan, dilengkapi beragam kemudahan transaksi perbankan.
- Britama Rencana merupakan tabungan investasi dengan setoran tetap bulanan yang dilengkapi dengan fasilitas perlindungan asuransi jiwa bagi nasabah.
- Tabungan BRI Simple merupakan tabungan untuk pelajar yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
- Tabunganku merupakan produk simpanan untuk nasabah perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama yang bertujuan untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. Deposito

- Deposito Rupiah merupakan simpanan berjangka dalam mata uang rupiah dengan memberikan bunga yang menarik dan beragam keuntungan lainnya.
- Deposito Valas merupakan simpanan berjangka dalam mata uang asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada jangka waktu tertentu dengan memberikan bunga menarik dan beragam keuntungan lainnya.
- Deposito *On Call* merupakan produk deposito yang menawarkan investment gain yang tinggi.
- Deposito Internet Banking merupakan produk deposito yang menawarkan suku bunga yang kompetitif.

3. Giro

- Giro BRI Rupiah merupakan simpanan dalam mata uang rupiah dengan kemudahan transaksi menggunakan warkat (Cek/Bilyet Giro), kartu ATM atau surat perintah lainnya.

- Giro BRI Valas merupakan simpanan dalam mata uang asing yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan surat perintah penarikan yang telah ditentukan oleh BRI.

b. Pinjaman

Adapun bagian dari pinjaman sebagai berikut :

1. Mikro

- Kur merupakan program pinjaman yang ditujukan untuk mendukung sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Program ini bertujuan memberikan akses keuangan kepada pelaku usaha yang membutuhkan modal usaha dengan suku bunga yang terjangkau.
- Kupedes merupakan program pinjaman yang disediakan untuk mendukung Pembangunan dan perkembangan ekonomi wilayah pedesaan. Kupedes mencakup pembiayaan sektor pertanian, Perkebunan, dan kegiatan ekonomi pedesaan lainnya.
- Kupra merupakan program pinjaman yang menyasar sektor consumer. Pinjaman ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif, seperti pembiayaan Pendidikan, perjalanan, atau kebutuhan pribadi lainnya.

2. Retail Menengah

- Kredit Modal Kerja merupakan fasilitas kredit untuk membiayai operasional usaha termasuk kebutuhan untuk pengadaan bahan baku, proses produksi, piutang dan persediaan.
- Kredit Investasi merupakan fasilitas kepada perusahaan dan atau perorangan untuk membiayai kebutuhan dana jangka panjang dalam rangka pembelian, pembangunan, dan fasilitas lainnya.

3. Pinjaman Program

- Kredit Pangan merupakan kredit investasi atau modal kerja komersial khusus di bidang pangan yang diberikan dalam rangka mendukung pangan.

- Resi Gudang merupakan kredit dengan jaminan yang diberikan kepada petani, kelompok tani, gapoktan dan koperasi.
- Kredit Kemitraan merupakan pemberian dana program kemitraan untuk membiayai modal kerja atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi.

c. Jasa

Adapun jasa yang ditawarkan sebagai berikut :

1. Jasa Pembayaran dimana termasuk pembayaran tagihan, baik itu tagihan Listrik, air, telepon, maupun tagihan lainnya. Nasabah juga dapat melakukan pembelian pulsa, voucher game, dan pembayaran berbagai layanan lainnya.
2. Jasa Perdagangan Internasional menyediakan layanan untuk mendukung kegiatan perdagangan internasional, seperti letter of credit, collection, dan berbagai fasilitas lainnya bagi pelaku yang terlibat dalam ekspor impor.
3. Jasa Perbankan Syariah menyediakan produk layanan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

d. Asuransi

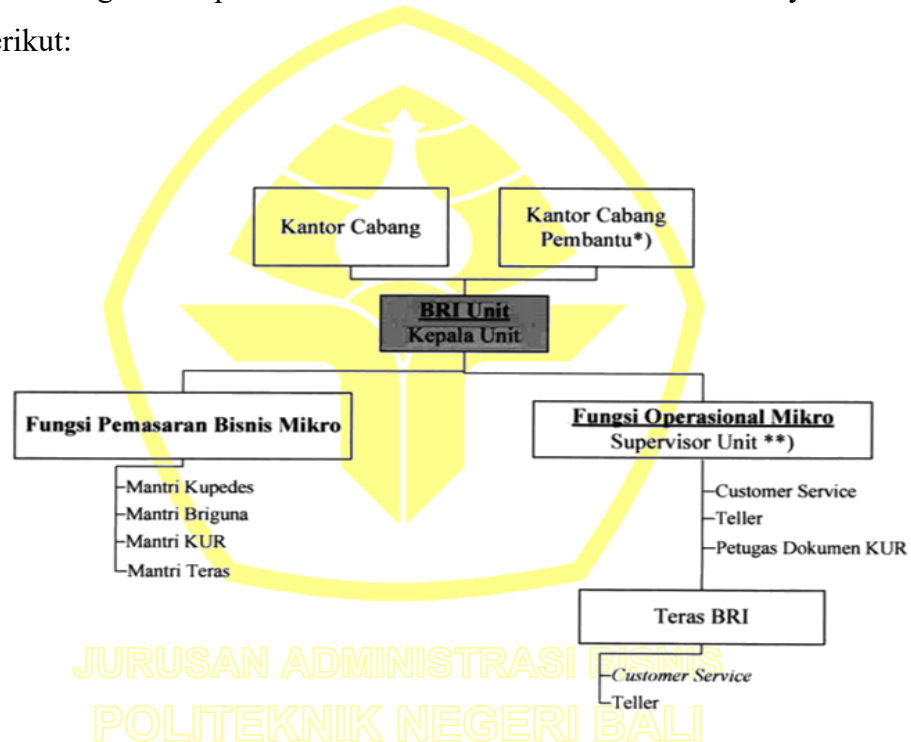
Adapun asuransi yang ditawarkan sebagai berikut :

1. Asuransi Jiwa merupakan produk yang memberikan perlindungan finansial bagi nasabah dan keluarganya dalam kejadian meninggal dunia atau cacat tetap akibat kecelakaan. Produk ini mencakup manfaat kematian, manfaat cacat tetap, dan manfaat tambahan lainnya.
2. Asuransi Kesehatan merupakan produk yang memberikan perlindungan terhadap biaya pengobatan dan perawatan medis. Asuransi Kesehatan bisa mencakup biaya rawat inap, pembedahan, dan perawatan medis lainnya.
3. Asuransi Properti merupakan produk yang memberikan perlindungan terhadap resiko kerusakan atau kehilangan property seperti rumah atau barang berharga, akibat kebakaran, gempa bumi, bencana alam lainnya.

4. Asuransi Kendaraan Bermotor merupakan produk yang menawarkan asuransi untuk kendaraan bermotor seperti mobil atau sepeda motor. Asuransi kendaraan ini dapat memberikan perlindungan terhadap resiko kerugian atau kerusakan yang dapat terjadi pada kendaraan.
5. Asuransi Perjalanan merupakan produk yang memberikan perlindungan terhadap resiko yang mungkin timbul selama perjalanan, seperti kehilangan bagasi, pembatalan perjalanan, atau kecelakaan selama perjalanan.

4.1.5. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan Bank BRI Unit Sukawati Gianyar adalah sebagai berikut:



Sumber: Bank BRI Unit Sukawati

Gambar 4. 3 Struktur Perusahaan Bank BRI Unit Sukawati Gianyar

Job Description:

1. Kepala Unit
 - a. Sebagai pemrakarsa dan approval kredit.
 - b. Aproval simpanan tabungan.

- c. Lead strategi bisnis.
 - d. Lead strategi operasional.
 - e. Memasarkan produk BRI seperti BRIMo, Qris, dan produk lainnya.
2. Supervisor
 - a. Lead operational team.
 - b. Verifikasi administrasi.
 - c. Verifikasi layanan frontliner.
 - d. Memastikan pelayanan terbaik diberikan kepada nasabah.
3. Relationship Manager
 - a. Prakarsa kredit.
 - b. Penagihan kredit intra dan ekstra.
 - c. Pemasaran simpanan.
 - d. Memasarkan produk seperti (BRIMo, Qris, Agen Brilink).
 - e. Kunsultan bisnis untuk nasabah.
4. Teller
 - a. Validasi transaksi nasabah tunai/non tunai.
 - b. Memasarkan produk BRI seperti BRIMo, Qris dan produk lainnya.
5. Customer Sevice
 - a. Memproses prakarsa pembukaan produk BRI.
 - b. Pencairan pinjaman maupun kredit.
 - c. Handling compalint.
 - d. Proses pembukaan dan administrasi.
 - e. Memasarkan produk BRI seperti BRIMo, Qris, dan produk lainnya.
6. Satpam
 - a. Menjaga keamanan dan kerapian seluruh area kantor.
 - b. Edukasi nasabah untuk menggunakan e-chanel.
 - c. Memasarkan produk BRI seperti BRIMo, Qris, dan produk lainnya.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

4.2.1. Karakteristik Responden

Responden merupakan pengguna aplikasi Mobile BRImo yang berdomisili di Sukawati Gianyar yang telah memanfaatkan layanan menu yang tersedia di aplikasi tersebut.

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori dimana dapat dilihat pada gambar dibawah ini sebagai berikut:

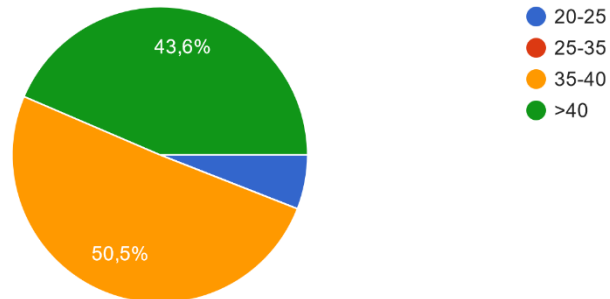


Sumber: hasil data kuesioner, 2024

Gambar 4. 4 Diagram Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan diagram di atas, menunjukkan bahwa 53,5% responden merupakan laki-laki dengan jumlah sebanyak 54 orang, dan Perempuan sebanyak 47 orang dengan persentase sebesar 46,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih banyak terlibat dari penelitian ini dibandingkan dengan responden perempuan.

2. Karakteristik Responden Menurut Usia

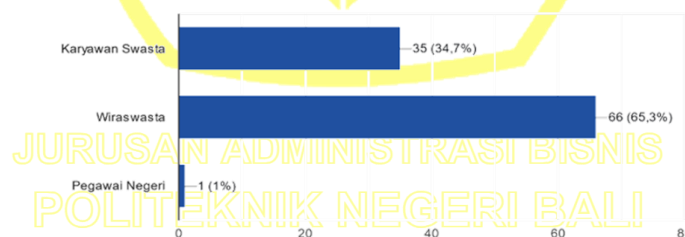


Sumber: hasil data kuesioner, 2024

Gambar 4. 5 Diagram Usia Responden

Berdasarkan diagram usia responden di atas menunjukkan bahwa terdapat 6 responden berusia 20-25 tahun dengan presentase (5,6%), 51 responden berusia 35-40 tahun dengan presentase (50,5%), 44 responden berusia lebih dari 40 tahun dengan presentase (43,6%). Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden yang berusia 30-40 tahun. Dengan total keseluruhan responden sebanyak 100 orang.

3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan



Sumber: hasil data kuesioner, 2024

Gambar 4. 6 Diagram Pekerjaan Responden

Berdasarkan diagram pekerjaan responden di atas menunjukkan bahwa terdapat 35 responden dengan presentase (34,7%) memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta, 66 responden dengan presentase (65,3%) memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta, dan 1 responden dengan presentase (1%) memiliki pekerjaan

sebagai pegawai negeri. Hal ini menunjukkan lebih banyak responden bekerja sebagai wiraswasta.

4.2.2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner serta seberapa kuat hubungan suatu variabel lainnya. Instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur objek yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014). Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel dengan degree of freedom (df) = n-2 dengan alpha 0,05. Apabila r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai positif maka indikator tersebut dikatakan valid.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tangibility</i>	X1	0,9292	0,1966	Valid
	X2	0,9352	0,1966	Valid
<i>Realibility</i>	X3	0,8747	0,1966	Valid
	X4	0,8871	0,1966	Valid
<i>Responsiveness</i>	X5	0,8774	0,1966	Valid
	X6	0,9187	0,1966	Valid
	X7	0,8970	0,1966	Valid
<i>Assurance</i>	X8	0,8327	0,1966	Valid
	X9	0,5479	0,1966	Valid
	X10	0,8141	0,1966	Valid
<i>Empathy</i>	X11	0,7449	0,1966	Valid
	X12	0,9603	0,1966	Valid
	X13	0,9534	0,1966	Valid
Kepuasan Pengguna	Y1	0,8280	0,1966	Valid
	Y2	0,8164	0,1966	Valid

Sumber: Hasil olah data penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji instrument dengan penyebaran kuesioner pada 100 responden maka dapat dilihat pada tabel 4.1 bahwa seluruh indikator variable pada penelitian ini yaitu variabel *tangibility*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan kepuasan pengguna di katakana valid karena memiliki nilai koefisien korelasi lebih dari 0,1966.

b. Uji Realibilitas

Tabel 4. 2 Hasil Uji Realibilitas

Vriabel Penelitian	N of Items	Cronbach's Alpha	Uji Rliabilitas	Keterangan
<i>Tangibility</i>	14	0,766	>0,06	Reliabel
<i>Realibility</i>	20	0,545	>0,06	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	10	0,678	>0,06	Reliabel
<i>Assurance</i>	5	0,787	>0,06	Reliabel
<i>Empahty</i>	15	0,688	>0,06	Reliabel
Kepuasan Pengguna	3	0,848	>0,06	Reliabel

Sumber: Hasil olah data penulis, 2024

Berdasarkan hasil uji realibilitas instrument pada tabel 4.2 bahwa variabel pada penelitian ini yaitu *tangibility*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan kepuasan pengguna dikatakan reliabel karena masing-masing variabel memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60.

4.2.3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud berbuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Penilaian secara kuantitatif menggunakan skala interval dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilaian. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Range $5 - 1 = 4$

$$\text{Interval kategori} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Jumlah kategori}} = \frac{4}{5} = 0,80$$

Dari interval kategori 0,80 bisa ditentukan kriteria penilaian terhadap variabel *tangibility*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empahty* dalam tingkat kepuasan pengguna sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak puas

1,81 – 2,61 = Tidak puas

2,62 – 3,42 = Cukup puas

3,43 – 4,23 = Puas

4,24 – 5,00 = Sangat puas

1. *Tangibility* (X1)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 2 pertanyaan tentang *tangibility* yang dijawab 100 orang responden, yang presentasinya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4. 3 Jawaban Responden Terkait *Tangibility*

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			

<i>Tangibility</i>	Aplikasi Mobile memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat.	0	0	41	41	18	377	3,77	Puas
	Aplikasi Mobile memungkinkan memuat halaman dengan cepat.	0	0	33	41	26	393	3,93	Puas
	JUMLAH						770	7,70	
	RATA-RATA						385	3,85	Puas

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel tangibility adalah puas dengan nilai rata-rata 3,85. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo sudah menerapkan *tangibility* dengan puas. Item yang memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile memungkinkan memuat halaman dengan cepat” dengan nilai rata-rata 3,93 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah dan pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat” dengan nilai rata-rata 3,77.

2. *Realibility* (X2)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 2 pertanyaan tentang realibility yang dijawab 100 orang responden, yang presentasenya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4. 4 Jawaban Responden Terkait *Realibility*

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			
<i>Realibility</i>	Aplikasi Mobile memungkinkan penyelesaian dengan cepat proses transaksi yang sedang terjadi.	0	4	40	35	21	373	3,73	Puas
	Aplikasi Mobile menyediakan barang untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai seperti melakukan transfer dan lain sebagainya.	0	12	44	30	14	346	3,46	Puas
	JUMLAH						719	7,19	
	RATA-RATA						359	3,59	Puas

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel *realibility* adalah puas dengan nilai rata-rata 3,59. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRI^{Mo} sudah menerapkan *realibility* dengan puas. Item yang memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile memungkinkan penyelesaian dengan cepat proses

transaksi yang sedang terjadi” dengan nilai rata-rata 3,73 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah dan pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile menyediakan barang untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai seperti melakukan transfer dan lain sebagainya” dengan nilai rata-rata 3,46.

3. *Responsiveness* (X3)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 3 pertanyaan tentang *responsiveness* yang dijawab 100 orang responden, yang presentasinya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terkait *Responsiveness*

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			
<i>Responsiveness</i>	Aplikasi Mobile menyediakan kontak admin untuk menghubungi perusahaan.	0	4	49	21	26	369	3,69	Puas
	Aplikasi Mobile memberikan opsi mudah untuk pengembalian barang atau transfer gagal.	0	0	50	17	33	383	3,83	Puas
	Aplikasi Mobile memberikan	0	0	59	15	26	367	3,67	Puas

	jaminan yang berarti.								
	JUMLAH						1119	11,19	
	RATA-RATA						373	3,73	Puas

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel *responsiveness* adalah puas dengan nilai rata-rata 3,73. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo sudah menerapkan *responsiveness* dengan puas. Item yang memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile memberikan opsi mudah untuk pengembalian barang atau transfer gagal” dengan nilai rata-rata 3,83 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah dan pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile memberikan jaminan yang berarti” dengan nilai rata-rata 3,67.

4. Assurance (X4)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 3 pertanyaan tentang assurance yang dijawab 100 orang responden, yang presentasinya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terkait Assurance

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			
<i>Assurance</i>	Aplikasi Mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi disitus lain.	0	4	40	27	29	381	3,81	Puas

Aplikasi Mobile melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna.	0	9	61	27	3	324	3,24	Cukup Puas
Aplikasi Mobile melindungi informasi tentang perilaku transaksi yang terjadi di aplikasi M-banking.	0	5	44	35	16	362	3,62	Puas
JUMLAH						1067	10,67	
RATA-RATA						355	3,55	Puas

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel *assurance* adalah puas dengan nilai rata-rata 3,55. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo sudah menerapkan *assurance* dengan puas. Item yang memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi disitus lain” dengan nilai rata-rata 3,81 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah dan pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna” dengan nilai rata-rata 3,24.

5. *Empathy* (X5)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 3 pertanyaan tentang *empathy* yang dijawab 100 orang responden, yang presentasinya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terkait *Empathy*

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			
<i>Empathy</i>	Aplikasi Mobile menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan.	0	15	64	18	3	309	3,09	Cukup Puas
	Agen layanan aplikasi mobile menjamin pemberian saran yang konsisten.	0	10	44	28	18	354	3,54	Puas
	Agen layanan aplikasi mobile menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi.	0	5	49	26	20	361	3,61	Puas
	JUMLAH						1024	10,24	
	RATA-RATA						341	3,41	Cukup Puas

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel *empathy* adalah puas dengan nilai rata-rata 3,41. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo sudah menerapkan *empathy* dengan cukup

puas. Item yang memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai “Agen layanan aplikasi mobile menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi.” dengan nilai rata-rata 3,61 dan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah dan pernyataan mengenai “Aplikasi Mobile menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan” dengan nilai rata-rata 3,09.

6. Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden terhadap 2 pertanyaan tentang kepuasan pengguna yang dijawab 100 orang responden, yang presentasinya disajikan pada bagian lampiran maka dapat dibuat tabulasi jumlah pernyataan seluruh responden untuk masing-masing kategori seperti yang terlihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terkait Kepuasan Pengguna

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata Skor	Ket
		ST P (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)			
Kepuasan Pengguna	Saya puas dengan pelayanan yang ada di aplikasi mobile BRImo.	0	0	5	42	53	448	4,48	Sangat Puas
	Saya puas dengan aplikasi BRImo karena menyelesaikan transaksi dengan cepat.	0	0	4	44	52	448	4,48	Sangat Puas
	JUMLAH						896	8,96	

	RATA – RATA						448	4,48	Sangat Puas
--	-------------	--	--	--	--	--	-----	------	-------------

Sumber: Pengolahan data excel, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui persepsi responden mengenai variabel kepuasan pengguna adalah sangat puas dengan nilai rata-rata 4,48. Hal ini berarti bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo sudah menerapkan dengan sangat puas. Kedua item yang sama memiliki pernyataan yang memiliki rata-rata tertinggi adalah pernyataan mengenai Saya puas dengan pelayanan yang ada di aplikasi mobile BRImo” dan pernyataan mengenai “Saya puas dengan aplikasi BRImo karena menyelesaikan transaksi dengan cepat” dengan nilai rata-rata 4,48.

4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

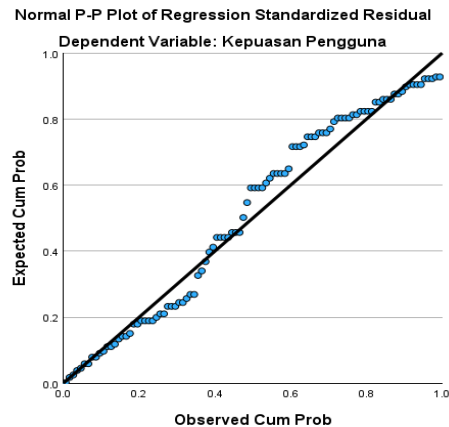
a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independent dan variabel dependen pada penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak (Ghozali, 2018:161). Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan:

1) Uji P-Plot of *Regression Standardizes Residual*

Penentuan normal atau tidaknya suatu data dapat dilihat menggunakan grafik Uji P-Plot of *Regression Standardizes Residual* berikut ini:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah pada garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah pada garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitass.



Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Gambar 4. 7 Hasil Uji P-Plot

Berdasarkan gambar 4.7 diketahui hasil dari pengujian normalitas bahwa data menyebar disekitar diagram dan titik-titiknya mendekati garis diagonal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang terdistribusi normal dan uji normalitas telah terpenuhi.

2) Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test

Uji Kolmogorov-Smirnov ini memiliki tujuan agar mengetahui variabel independen dan variabel dependen terdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan cara menguji standardized residual pada nilai probalitasnya. Kriteria pengujiannya adalah:

- a. Jika angka signifikan $> 0,05$ ($\alpha = 5\%$ tingkat signifikan) maka data terdistribusi normal.
- b. Jika angka signifikan $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$ tingkat signifikan) maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.92510123	
Most Extreme Differences	Absolute	.103	
	Positive	.087	
	Negative	-.103	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.029	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.240	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.224 ^c	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.213
		Upper Bound	.234

Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.9 diketahui bahwa hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,240 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian tersebut terdistribusi secara normal.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas menguji apakah antara variabel independen terdapat multikolinear atau tidak dan apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independent pada model regresi (Ghozali, 2018:107). Model regresi yang baik adalah yang bebas multikolinearitas atau tidak ada korelasi antara variabel independent. Uji ini terjadi karena adanya hubungan linear antara variabel

independen pada model regresi. Terdapat beberapa ketentuan pada uji multikolinearitas, yaitu:

- Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 , maka dinyatakan terdapat multikolinearitas pada data.
- Jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas pada data.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

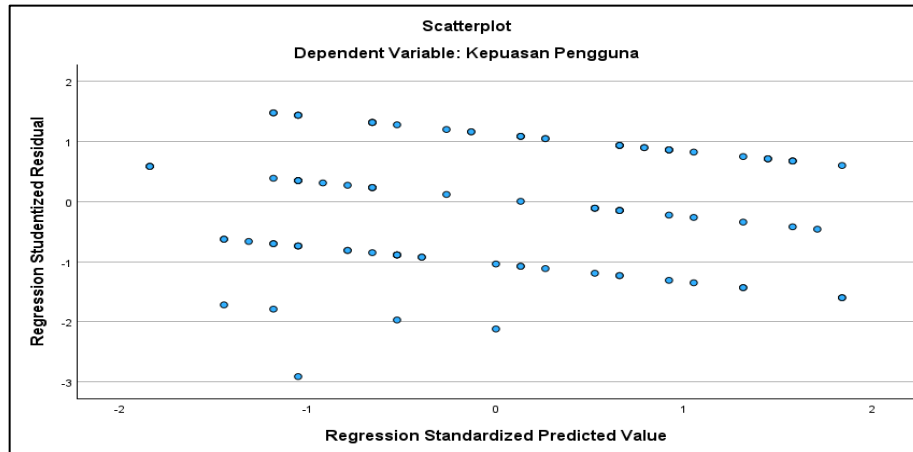
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.121	.666		12.189	<.001		
	<i>Tangibility</i>	-.185	.108	-.269	-1.715	.090	.363	2.758
	<i>Realibility</i>	.256	.115	.403	2.221	.029	.272	3.682
	<i>Responsiveness</i>	.132	.073	.328	1.809	.074	.272	3.679
	<i>Assurance</i>	-.021	.072	-.039	-.298	.767	.508	1.968
	<i>Empahty</i>	-.081	.059	-.183	-1.369	.174	.499	2.003
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna								

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Hasil uji multikolinearitas seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka tolerance tidak kurang dari 0,1. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dari model regresi yang digunakan.

d. Uji Heteroskedastisitas

1) Uji Scatter-Plot



Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Gambar 4. 8 Hasil Uji Scatter-Plot

Berdasarkan gambar 4.8 diketahui hasil dari uji scatter-plot bahwa data atau titik-titik tersebar acak di sekitar garis horizontal, maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Dimana ini berarti varians residual konstan pada setiap nilai variabel independen, dan asumsi model regresi linear terpenuhi.

4.2.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Hasil dari analisis ini akan menguji seberapa besar pengaruh *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *Empathy* terhadap kepuasan pengguna. berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menganalisis regresi linear berganda:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengguna

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X₁ = *Tangibility*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *Responsiveness*

X₄ = *Assurance*

X₅ = *Empathy*

e = Error

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.121	.666		12.189	<.001
	<i>Tangibility</i>	-.185	.108	-.269	-1.715	.090
	<i>Reliability</i>	.256	.115	.403	2.221	.029
	<i>Responsiveness</i>	.132	.073	.328	1.809	.074
	<i>Assurance</i>	-.021	.072	-.039	-.298	.767
	<i>Empathy</i>	-.081	.059	-.183	-1.369	.174

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 maka persamaan regresi linear berganda yang dapat diformulasikan adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,121 - 0,185X_1 + 0,256X_2 + 0,132X_3 - 0,021X_4 - 0,081X_5$$

Interprestasi dari persamaan regresi linear berganda pada tabel 4.2.6 adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai konstanta kepuasan pengguna sebesar 8,121. Koefisien positif mengandung arti bahwa pengaruh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi pada penelitian ini memiliki hubungan berbanding lurus dengan kepuasan pengguna. Sehingga, nilai konstanta sebesar 8,121 memiliki makna apabila variabel *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empahty* adalah nol maka nilai kepuasan pengguna adalah sebesar konstanta yaitu 8,121.
- b. Nilai koefisien regresi pada variabel *tangibility* sebesar -0,185 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empahty* nilainya tetap serta kepuasan pengguna meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,815. Nilai koefisien regresi negatif dari *tangibility* menunjukkan bahwa *tangibility* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna. Semakin besar nilai *tangibility* maka nilai kepuasan pengguna akan menurun.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel *reliability* sebesar 0,256 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *tangibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empahty* nilainya tetap serta kepuasan pengguna meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,256. Nilai koefisien regresi positif dari *reliability* menunjukkan bahwa *reliability* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Semakin besar nilai *reliability* maka nilai kepuasan pengguna akan meningkat.
- d. Nilai koefisien regresi pada variabel *resposiveness* sebesar 0,132 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *tangibility*, *reliability*, *assurance*, dan *empahty* nilainya tetap serta kepuasan pengguna meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,132. Nilai

koefisien regresi positif dari *responsiveness* menunjukkan bahwa *responsiveness* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Semakin besar nilai *responsiveness* maka nilai kepuasan pengguna akan meningkat.

- e. Nilai koefisien regresi pada variabel *assurance* sebesar -0,021 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empahty* nilainya tetap serta kepuasan pengguna meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,021. Nilai koefisien regresi negatif dari *assurance* menunjukkan bahwa *assurance* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna. Semakin besar nilai *assurance* maka nilai kepuasan pengguna akan menurun.
- f. Nilai koefisien regresi pada variabel *empahty* sebesar -0,081 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel *tangibility*, *responsiveness*, *assurance* nilainya tetap serta kepuasan pengguna meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,081. Nilai koefisien regresi negatif dari *empahty* menunjukkan bahwa *empahty* memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna. Semakin besar nilai *empahty* maka nilai kepuasan pengguna akan menurun.

4.2.6. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R² kecil berarti kemampuan variabel bebas sangat terbatas, sedangkan jika nilai R² mendekati 1 maka variabel bebas dapat memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel terikat.

Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.400 ^a	.160	.115	.906

a. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Tangibility*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Reliability*

Sumber: Pengolahan data spss, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa angka *adjusted R Square* sebesar 0,115 yang disebut dengan koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 11,5% kepuasan pengguna dapat diperoleh dan dijelaskan oleh variabel *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 11,5\% = 88,5\%$ dijelaskan oleh factor lain atau variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.2.7 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependent dengan variabel independent secara individu. Jika nilai signifikan $\alpha < 0,05$ maka data dapat dikatakan signifikan.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.121	.666		12.189	<.001
	<i>Tangibility</i>	-.185	.108	-.269	-1.715	.090
	<i>Realibility</i>	.256	.115	.403	2.221	.029

	<i>Responsiveness</i>	.132	.073	.328	1.809	.074
	<i>Assurance</i>	-.021	.072	-.039	-.298	.767
	<i>Empahty</i>	-.081	.059	-.183	-1.369	.174
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						

Sumber: Hasil data olah spss, 2024

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil uji dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Tangibility* dalam tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo
 Uji statistik t memiliki nilai t hitung sebesar -1,715 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,090 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *tangibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial *tangibility* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
2. Pengaruh *Realibility* dalam kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo
 Uji statistik t memiliki nilai t hitung sebesar 2,221 menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,029 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *realibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *realibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial *realibility* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
3. Pengaruh *Responsiveness* dalam kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo
 Uji statistik t memiliki nilai t hitung sebesar 1,809 menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,074 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis

yang menyatakan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

4. Pengaruh *Assurance* dalam kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo

Uji statistik t memiliki nilai t hitung sebesar -0,298 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,767 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian H_4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

5. Pengaruh *Empahty* dalam kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo

Uji statistik t memiliki nilai t hitung sebesar -1,369 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,174 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *empathy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian H_5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan *empathy* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa secara parsial *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

c. **Uji Silmutan (Uji F)**

Uji Simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dan variabel independent secara bersama-sama. Jika nilai signifikan $\alpha < 0,05$ maka data dapat dikatakan signifikan jika $\alpha < 0,05$ dan dikatakan berpengaruh jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Silmutan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	14.696	5	2.939	3.581	.005 ^b
	Residual	77.144	94	.821		
	Total	91.840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						
b. Predictors: (Constant), Empahty, Tangibility, Assurance, Responsiveness, Realibility						

Sumber: Hasil olah data spss, 2024

Berdasarkan tabel 4.14 diatas Uji F memiliki nilai F hitung sebesar 3,581 menunjukkan arah positif dengan memiliki nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Empahty, Tangibility, Assurance, Responsiveness, Realibility* berpengaruh signifikan secara simultan dalam meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi BRImo, dengan demikian H_6 diterima.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh *Tangibility* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis dapat dilihat besarnya nilai t hitung sebesar -1,715 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,090 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Tangibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tangibility* tidak dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo dikarenakan pemanfaatan media sosial dan penyajian fitur-fitur yang ada pada aplikasi mobile BRImo masih perlu diperbaiki agar nantinya bisa dipahami oleh pengguna. Maka *tangibility* tidak berpengaruh pada kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo. Sedangkan menurut peneliti

terdahulu Dini Andini (2023) mengatakan bahwa tangibility berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan memperoleh nilai 0,874.

4.3.2 Pengaruh *Realibility* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis dapat dilihat besarnya nilai t hitung sebesar 2,221 menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,029 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Realibility* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik penerapan dari *Realibility* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo. *Realibility* dalam meningkatkan kepuasan pengguna memperoleh hasil positif dan signifikan dikarenakan merujuk pada kemampuan aplikasi untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Seperti saat melakukan transfer tunai aplikasi mobile memungkinkan penyelesaian dengan cepat proses transaksi yang sedang terjadi dan aplikasi BRImo menyediakan pinjaman tanpa anggunan seperti BRIGuna dan KUR. Maka *realibility* sangat berpengaruh pada kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Sedangkan menurut peneliti terdahulu Dini Andini (2023) mengatakan bahwa *realibility* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan memperoleh nilai 0,972.

4.3.3 Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis dapat dilihat besarnya nilai t hitung sebesar 1.809 menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,074 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa semakin baik penerapan dari *Responsiveness* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo. *Responsiveness* dalam meningkatkan kepuasan pengguna memperoleh hasil positif dan signifikan dikarenakan merujuk pada seberapa cepat dan efektif aplikasi mobile BRImo merespon interaksi pengguna, seperti menyediakan kontak admin untuk menghubungi saat terjadi suatu keluhan, aplikasi BRImo memberikan opsi mudah untuk pengembalian pinjaman pengguna, dan aplikasi BRImo memberikan jaminan/pinjaman tanpa angguna yang disebut BRIGuna/KUR yang berarti. Maka *responsiveness* sangat berpengaruh pada kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Sedangkan menurut peneliti terdahulu Dini Andini (2023) mengatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan memperoleh nilai 0,949.

4.3.4 Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis dapat dilihat besarnya nilai t hitung sebesar -0,298 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,767 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik penerapan dari *Assurance* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo. *Assurance* dalam meningkatkan kepuasan pengguna memperoleh hasil negatif dan signifikan dikarenakan merujuk pada keamanan dalam bertransaksi dan memberikan jaminan yang berkualitas aman untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile BRImo. Seperti aplikasi BRImo menjamin tidak membagikan informasi pribadi, dan aplikasi

BRImo melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna. Maka *Assurance* berpengaruh negatif pada kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Sedangkan menurut peneliti terdahulu Dini Andini (2023) mengatakan bahwa *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan memperoleh nilai 0,896.

4.3.5 Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan analisis dapat dilihat besarnya nilai t hitung sebesar -1.369 menunjukkan arah negatif dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,174 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik penerapan dari *Empathy* dapat meningkatkan kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo. *Empathy* dalam meningkatkan kepuasan pengguna memperoleh hasil negatif dan signifikan dikarenakan merujuk pada kemampuan aplikasi mobile BRImo memahami dan merespon kebutuhan individual pengguna dengan cara yang ramah dan personal sehingga pengguna merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi mobile BRImo. Dimana aplikasi BRImo menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan, agen layanan aplikasi BRImo menjamin pemberian saran yang konsisten. Maka *Empathy* berpengaruh negatif pada kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Sedangkan menurut peneliti terdahulu Dini Andini (2023) mengatakan bahwa *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan memperoleh nilai 0,915.

4.4 Implikasi Hasil Penelitian

4.4.1. Implikasi Teoritis

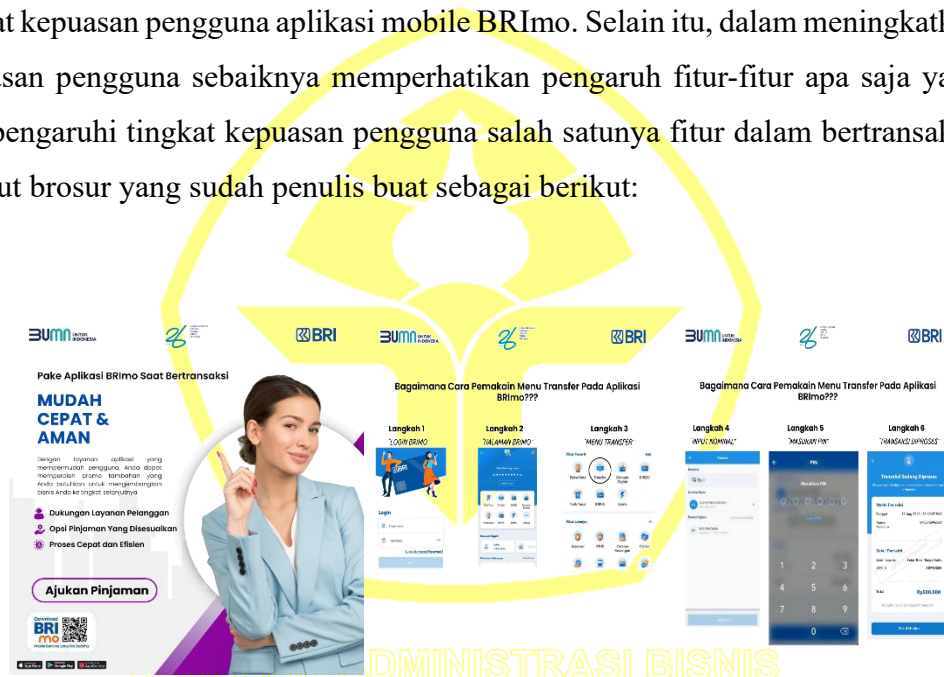
Dari penelitian ini terdapat persamaan penelitian terdahulu yaitu Dini Andini, 2023 dengan persamaannya menggunakan variabel MSQ (*Mobile Service Quality*), sedangkan perbedaannya pada hasil pembahasan bahwa presentase kepuasan pengguna sebesar 81,33% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap kualitas layanan aplikasi mobile BRImo. Sekar Arum Septiari, 2020 persamaannya sama-sama meneliti tingkat kepuasan pengguna, sedangkan perbedaannya pada hasil pembahasan dikatakan bahwa 2 variabel yaitu *ease of use*, dan *format* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Vera Devani dan Rizki Azwar Rizko, 2016 persamaannya sama-sama meneliti tingkat kepuasan pengguna, sedangkan perbedaannya pada hasil pembahasan dikatakan hasil penelitian terhadap 93 responden, diketahui sebanyak 92% merasa puas.

Memahami apa yang membuat pengguna puas atau tidak puas dengan aplikasi BRImo dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan aplikasi mobile BRImo. Temuan penelitian tentang pengaruh fitur-fitur yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna BRImo dapat memperkuat teori MSQ. Faktor-faktor yang diidentifikasi dalam MSQ, seperti *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dapat diuji dan divalidasi dalam konteks penggunaan BRImo. Hal ini pada penelitian tersebut menggunakan metode Mobile Service Quality untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna pada aplikasi mobile BRImo dimana peneliti menggunakan metode tersebut untuk meningkatkan fitur dan layanan aplikasi, serta untuk meningkatkan komunikasi dan edukasi kepada pengguna. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung pengembangan kebijakan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pengguna

4.3.2. Implikasi Praktis

Dari penelitian ini bisa dilihat dari hasil kuesioner bahwa pada variabel *empathy* nilainya paling rendah yaitu 3,41% dikarenakan banyak nasabah atau pengguna masih ke kantor untuk melakukan transaksi atau transfer ketika

menggunakan aplikasi BRImo. Dimana petugas dari bank BRI akan menjelaskan langkah-langkah penggunaan aplikasi BRImo secara langsung. Hal yang paling sering ditanyakan adalah bagaimana cara transfer ke rekening bank lain menggunakan aplikasi BRImo. Maka peneliti membuat brosur tentang cara pemakaian menu transfer pada aplikasi BRImo. Sehingga mempermudah petugas menjelaskan cara pemakaian aplikasi BRImo. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan juga acuan bagi mahasiswa untuk meningkatkan atau menambah wawasan pengetahuan dan rujukan bagi akademisi mengenai efektifitas pengguna BRI Mobile atau BRImo terhadap kepuasan pengguna. Metode MSQ (*Mobile Service Quality*) dapat dijadikan salah satu alternatif dalam mengetahui tingkat kepuasan pengguna aplikasi mobile BRImo. Selain itu, dalam meningkatkan kepuasan pengguna sebaiknya memperhatikan pengaruh fitur-fitur apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna salah satunya fitur dalam bertransaksi. Berikut brosur yang sudah penulis buat sebagai berikut:



Gambar 4. 9 Brosur Cara Penggunaan Aplikasi BRImo (Transfer)

Sumber. Aplikasi canva

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI Unit Sukawati Gianyar dan pengaruh fitur-fitur aplikasi mobile BRImo dalam tingkat kepuasan pengguna. Maka kesimpulan yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil ke lima variabel dalam tingkat kepuasan pengguna aplikasi BRImo di dapatkan bahwa 2 variabel yang berpengaruh positif diantaranya Realibility dan Responsiveness, sedangkan 3 variabel berpengaruh negatif pada kepuasan pengguna diantaranya: *Tangibility, Assurance, dan Empahty*. Hasil uji koefisien determinasi efektivitas mobile banking terhadap kepuasan nasabah diperoleh nilai R square sebesar 0,115. Hal ini menunjukkan bahwa *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,115 = 11,5% dan sisanya 85,5% disebabkan oleh faktor yang lain. Maka dapat disimpulkan bahwa *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada BRI Unit Sukawati Gianyar. Jika kualitas aplikasi semakin meningkat maka kepuasan pengguna juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas aplikasi yang ada menurun maka kepuasan pengguna juga dapat menurun.
2. Pengaruh Fitur-fitur dalam Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo sangat berpengaruh pada pengguna maupun nasabah yang ada diperusahaan. Ditemukan bahwa beberapa pengguna masih belum bisa menggunakan aplikasi mobile BRImo maka peneliti membuat brosur yaitu cara menggunakan aplikasi mobile BRImo (*Transfer*) dimana akan memudahkan para pengguna dalam pemakain aplikasi mobile BRImo.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari kesimpulan penulisan dari penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Maka terdapat saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan dasar dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memilih topik yang sama. Dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel yang dapat menambah kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile BRIImo seperti variabel tangibility, realibility, responsiveness, assurance, empathy dan lebih banyak menambah referensi untuk dapat memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi mobile BRIImo.

2. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Sukawati Gianyar

Setelah mengetahui hasil dari penelitian ini diharapkan hal ini dapat dijadikan salah satu tambahan atau sebagai masukan yang dapat dipertimbangkan Perusahaan untuk memaksimalkan sistem BRI Mobile Banking yang disediakan untuk nasabah. Agar nasabah merasa puas dengan pelayanan dari aplikasi mobile BRIImo.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan pihak perusahaan dapat terus meningkatkan fitur-fitur layanan pada aplikasi mobile BRIImo sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi seperti membuat brosur cara penggunaan aplikasi BRIImo agar nasabah mengetahui cara penggunaannya dan mengurangi antrean yang panjang. Seperti halnya cepat tanggap ketika nasabah mengalami kesulitan saat menggunakan aplikasi mobile BRIImo, meningkatkan kualitas layanan mobile banking, menyediakan fitur layanan yang mudah

dimengerti oleh nasabah, memperbaiki kelancaran transaksi mobile banking. Bank Rakyat Indonesia dapat terus menjaga bahkan meningkatkan kualitas layanan mobile banking dengan cara meningkatkan keakuratan dan kepercayaan dalam keamanan BRI mobile banking sehingga nasabah benar-benar mencapai tingkat tertinggi dalam menggunakan BRI Mobile Banking. Hal tersebut harus diperhatikan karena mampu mendorong para nasabah untuk terus menggunakan aplikasi BRI mobile dalam bertransaksi. Ketika intensitas keamanan BRI mobile meningkat maka tentu akan meningkatkan rasa puas bagi nasabah karena adanya keamanan pada setiap transaksi yang diperlukan dan nasabah merasa sering terbantu dalam bertransaksi terutama dalam kegiatan sehari-hari.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Ariska, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dan Profit Sharing terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di Era Pandemic Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulo Brayan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Andi S, (2020). Efektivitas Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Muamalat Cabang Palopo (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Dina, S. D. R. (2022). Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pt Bank Syariah Indonesia, Kc Bengkulu Panorama) (Doctoral Dissertation, Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Dahlioni, D. (2020). Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Kotabaru.
- Fianto, B. A. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59-61.
- Febrizal Alfarasyi Syam, M. Y. (2022). Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Analysis.
- Yola, Y. (2022). Analisis Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Pada PT Bank Nagari Cabang Siteba Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 295-314.
- Wulandari, Novitasari Putri, Karina Moeiono. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung.
- Tumewah, E., Juniarta, & Kurniawan, Y. (2020). The Effect of M-Banking Service Quality and Customer Perceived Value to Satisfaction and Loyalty of Bank XYZ Customers. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputro, W. J. (2020). Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo).
- Rizky Yudhi, Abi Fadlan. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Prentice Hall. *Exploratory Data Analysis in Business and Economics*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3
- Jiradilok, T., Malisuwan, S., Madan, N., & Sivarakas, J. (2014). The Impact of Customer Satisfaction on Online Purchasing: A Case Study Analysis in

Thailand. *Journal of Economics, Business and Management*, 2(1), 5– 11.
<https://doi.org/10.7763/joebm.2014.v2.89>

Febrian Dhiya Ulhaq, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP LAYANAN APLIKASI BRImo MENGGUNAKAN M SQUAL DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN POINT GAIN IN CUSTOMER VALUES (PGCV),” 2022.

Mandiri, E. Yanto, and E. Metekohy, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo),” *Account*, vol. 8, no. 1, pp. 1423–1430, 2021.

P. Ayu Titha Paramita Pika, K. Darmaastawan, and J. Indira Dewiningrat, Ayu Jacob Paul Latupeirissa, “Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (Brimo) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sesetan, Denpasar,” *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 22, no. 22, pp. 1–13, 2022.

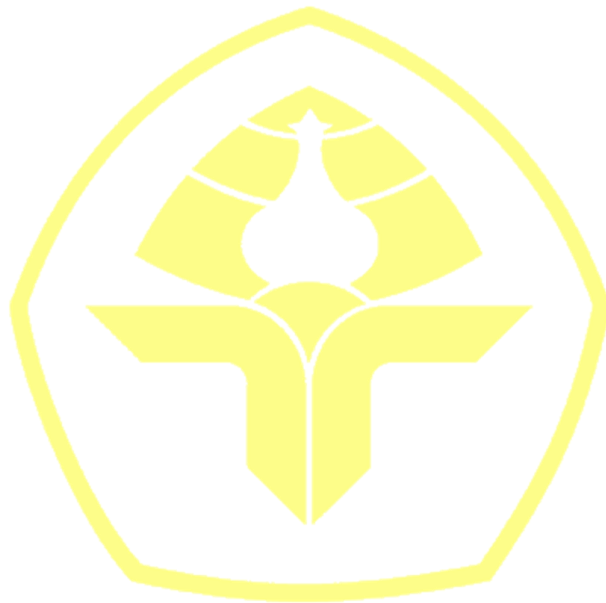
Zavareh, F. B., Ariff, M. S. M., Jusoh, A., Zakuan, N., Bahari, A. Z., & Ashourian, M. (2012). E-Service Quality Dimensions and Their Effects on E-Customer Satisfaction in Internet Banking Services. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 441–445. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.213>

Ye, P.-H., & Liu, L.-Q. (2017). Influence Factors of Users Satisfaction of Mobile Commerce -An Empirical Research in China, 50(Mse), 208– 217. <https://doi.org/10.2991/mse17.2017.50>

Vetrivel, S. C., Rajini, J., & Krishnamoorthy, V. (2020). Influence of internet banking service quality on customer satisfaction- An Indian experience.

Journal of Critical Reviews, 7(2), 546–551.
<https://doi.org/10.31838/jcr.07.02.1 02>

Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). The Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention to Use EGovernment. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 644–649.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lampiran Form Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
Laman: www.bisnis.pnb.ac.id Email: bisnis@pnb.ac.id. Telp. (0361) 701981 (hunting)
701128

PROSES BIMBINGAN SKRIPSI PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL TA 2023/2024

Nama Mahasiswa : Putu Eka Sumarni Putri
NIM : 2015744093
Judul SKRIPSI : Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI
Unit Sukawati Gianyar

NO	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan
1	Senin / 20 Mei 2024	- Pembahasan BAB I latar belakang, rumusan masalah tujuan dan manfaat	elf
2	Selasa / 21 Mei 2024	- Perbaikan BAB I dari latar belakang, nama para ahli dan tahun harus update, tambah sumber penelitian	elf
3	Jumat / 7 Juni 2024	- Rumusan masalah perlu diperbaiki beserta tujuan, manfaat	elf
4	Jumat / 14 Juni 2024	- Pembahasan BAB II landasan teori, kerangka teoritis dan hipotesis	elf
5	Juni 2024	- Perbaikan BAB II landasan teori, kerangka teoritis nama para ahli beserta sumber penelitian	elf
6	Rabu / 19 Juni 2024	- Pembahasan BAB III metode penelitian	elf
7	Senin / 24 Juni 2024	- Perbaikan populasi dan sampel, variabel diperjelas dan teknik pengumpulan data	elf
8	Jumat / 21 Juni 2024	- Pembahasan BAB IV hasil dan pembahasan	elf
9	Rabu / 26 Juni 2024	- Perbaikan pada pembahasan dari hasil variabel harus dijelaskan dan lebih dipahami	elf
9	Juni 2024	- Perbaikan pada implikasi teoritis perlu ditambahkan perbedaan dan persamaan serta implikasi praktis ditambahkan output yg mendukung	elf
10	Senin, 22 Juli 2024	- Revisi pembahasan, teoritis, implikasi praktis,	elf

Badung,
Pembimbing I,
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Ketut Vini Elfarosa, SE., MM
NIP.197612032008122001



PROSES BIMBINGAN SKRIPSI

PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL TA 2023/2024

Nama Mahasiswa : Putu Eka Sumarni Putri
NIM : 2015744093
Judul SKRIPSI : Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile BRImo di Bank BRI
Unit Sukawati Gianyar

NO	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan
1	Senin / 27 Mei 2024	- Pembahasan BAB I, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat	
2	Jumat / 31 Mei 2024	- Revisi BAB I	
3	Babu / 19 Juni 2024	- Pembahasan BAB I, landasan teori kerangka berpikir dan hipotesis	
4	Kamis / 20 Juni 2024	- Revisi BAB I	
5	Senin / 24 Juni 2024	- Pembahasan BAB II metode penelitian	
6	Rabu / 26 Juni 2024	- Perbaikan data penelitian, sampel, populasi	
7	Kamis / 5 Juli 2024	- Revisi BAB II - Perbaikan questioner	
8	Senin / 8 Juli 2024	- Pembahasan BAB 4 hasil dan pembahasan	
9	Babu, 10 Juli 2024	- Revisi BAB 4	
10	Kamis, 18 Juli 2024	- Perbaikan hasil dari 5 variabel penelitian - Revisi implikasi teoritis dan praktis	

Badung,
Pembimbing I,

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb
NIP.196204221990032002

Lampiran 1. 2 Lampiran Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Likert				
		STP	TP	CP	P	SP
Tanibility (X1)	Aplikasi Mobile memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat.					
	Aplikasi Mobile memungkinkan memuat halaman dengan cepat.					
Reliability (X2)	Aplikasi Mobile memungkinkan penyelesaian dengan cepat proses transaksi yang sedang terjadi.					
	Aplikasi Mobile menyediakan dana berupa pinjaman untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai seperti					
Responsiveness (X3)	Aplikasi Mobile menyediakan kontak admin untuk menghubungi perusahaan.					
	Aplikasi Mobile memberikan opsi mudah untuk pengembalian dana/pinjaman tanpa anggunan.					
	Aplikasi Mobile memberikan jaminan/penawaran pinjaman tanpa anggunan.					
Assurance (X4)	Aplikasi Mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi disitus lain.					
	Aplikasi Mobile melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna.					
	Aplikasi Mobile melindungi informasi tentang perilaku transaksi yang terjadi di aplikasi M-banking.					

Empathy (X5)	Aplikasi Mobile menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan.					
	Agen layanan aplikasi mobile menjamin pemberian saran yang konsisten.					
	Agen layanan aplikasi mobile menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi.					
Kepuasan Pengguna (Y)	Saya puas dengan pelayanan yang ada di aplikasi mobile BRImo.					
	Saya puas dengan aplikasi BRImo karena menyelesaikan transaksi dengan cepat.					



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 1. 3 Lampiran Identitas Responden

Putu Rudy Artha	Laki-laki	35-40	Wiraswasta
I Ketut Suardana	Laki-laki	>40	Wiraswasta
Kadek Diky permana	Laki-laki	35-40	Wiraswasta
Ni Made Santi Yani	Perempuan	>40	Wiraswasta
Putu Gayatri Dewi	Perempuan	35-40	Wiraswasta
Ni Komang purnami	Perempuan	35-40	Wiraswasta
Sang ayu Made sriati	Perempuan	>40	Karyawan Swasta
I Nyoman Merta	Laki-laki	>40	Wiraswasta
Ayu Padma Yoni	Perempuan	35-40	Karyawan Swasta
Ni putu widarini	Perempuan	35-40	Karyawan Swasta
Ida bagus Dedy sanjaya	Laki-laki	35-40	Karyawan Swasta
Ni putu Mirah putri	Perempuan	35-40	Wiraswasta

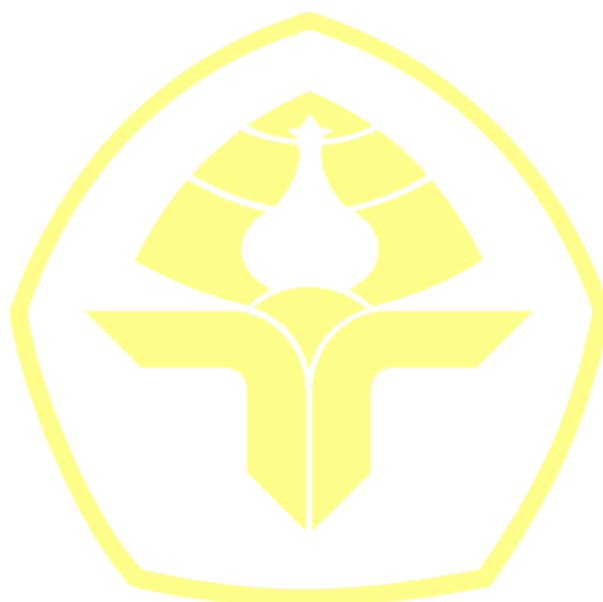
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 1. 4 Lampiran Tabulasi Data

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	Y1	Y2
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	5	4
3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	5	4
3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	5	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	4	5
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	2	3	3	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5	2	3	3	3	3	5	4
5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	2	3	3	5	4
5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4
5	5	3	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	5	4
5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	4	5

4	4	4	2	4	4	4	2	3	3	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	5	5
4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	5	5
4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4
4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	5	5
4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	5	5
4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	5	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 1. 5 Lampiran R Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
POLITEKNIK KEMERDEKAAN

Lampiran 1. 6 Uji Validitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	Total X	Y1	Y2	Total Y
X1	Pearson Correlation	1	.738**	.421**	.507**	.709**	.489**	.450**	.433**	-.115	.105	.145	.188	.143	.574**	.162	.120	.172
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.254	.296	.150	.060	.155	<.001	.106	.235	.087
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.738**	1	.722**	.615**	.751**	.742**	.694**	.691**	-.228*	.458**	.111	.520**	.476**	.817**	.163	.122	.174
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.023	<.001	.273	<.001	<.001	<.001	.106	.226	.084
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.421**	.722**	1	.552**	.619**	.581**	.613**	.463**	-.102	.558**	.296**	.647**	.606**	.778**	.161	.270**	.261**

	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.314	<.001	.003	<.001	<.001	<.001	.109	.007	.009
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.507**	.615**	.552**	1	.825**	.546**	.493**	.642**	.034	.599**	.392**	.522**	.491**	.802**	.249*	.277**	.320**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.734	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.012	.005	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.709**	.751**	.619**	.825**	1	.703**	.654**	.640**	-.010	.414**	.363**	.490**	.450**	.846**	.373**	.287**	.402**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.925	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.004	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.489**	.742**	.581**	.546**	.703**	1	.771**	.715**	-.050	.366**	.127	.462**	.447**	.776**	.192	.139	.202*
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.925	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.620	<.001	.210	<.001	<.001	<.001	.056	.167	.044
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.450**	.694**	.613**	.493**	.654**	.771**	1	.679**	.088	.322**	.209*	.424**	.434**	.762**	.252*	.179	.263**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.384	.001	.037	<.001	<.001	<.001	.011	.075	.008
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.433**	.691**	.463**	.642**	.640**	.715**	.679**	1	.180	.558**	.145	.410**	.382**	.774**	.152	.118	.165
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.073	<.001	.149	<.001	<.001	<.001	.131	.242	.102
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	-.115	-.228*	-.102	.034	-.010	-.050	.088	.180	1	.192	.506**	.086	.096	.155	.039	.147	.112

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

	Sig. (2-tailed)	.254	.023	.314	.734	.925	.620	.384	.073		.055	<.001	.394	.342	.124	.704	.145	.268
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.105	.458**	.558**	.599**	.414**	.366**	.322**	.558**	.192	1	.417**	.790**	.721**	.719**	-.058	.263**	.122
	Sig. (2-tailed)	.296	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	.055		<.001	<.001	<.001	<.001	.569	.008	.226
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.145	.111	.296**	.392**	.363**	.127	.209*	.145	.506**	.417**	1	.554**	.534**	.505**	.043	.280**	.194
	Sig. (2-tailed)	.150	.273	.003	<.001	<.001	.210	.037	.149	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.673	.005	.053
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.188	.520**	.647**	.522**	.490**	.462**	.424**	.410**	.086	.790**	.554**	1	.959**	.781**	-.055	.195	.083

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

	Sig. (2-tailed)	.060	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.394	<.001	<.001		<.001	<.001	.587	.052	.411
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.143	.476**	.606**	.491**	.450**	.447**	.434**	.382**	.096	.721**	.534**	.959**	1	.747**	-.045	.157	.066	
	Sig. (2-tailed)	.155	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.342	<.001	<.001	<.001		<.001	.657	.120	.514	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Total X	Pearson Correlation	.574**	.817**	.778**	.802**	.846**	.776**	.762**	.774**	.155	.719**	.505**	.781**	.747**	1	.182	.277**	.278**	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.124	<.001	<.001	<.001	<.001		.070	.005	.005	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y1	Pearson Correlation	.162	.163	.161	.249*	.373**	.192	.252*	.152	.039	-.058	.043	-.055	-.045	.182	1	.352**	.828**	

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Lampiran 1. 7 Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	14

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.545	20

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.688	15

Lampiran 1. 8 Lampiran Luaran Penelitian

BUKTI UNTUK INDONESIA

BRI

Pake Aplikasi BRImo Saat Bertransaksi

MUDAH CEPAT & AMAN

Dengan layanan aplikasi yang mempermudah pengguna, Anda dapat memperoleh promo tambahan yang Anda butuhkan untuk mengembangkan bisnis Anda ke tingkat selanjutnya.

- Dukungan Layanan Pelanggan
- Opsi Pinjaman Yang Disesuaikan
- Proses Cepat dan Efisien

Ajukan Pinjaman

Download **BRI mo**

Available on the App Store. Get it on Google Play.

BUKTI UNTUK INDONESIA

BRI

Bagaimana Cara Pemakaian Menu Transfer Pada Aplikasi BRImo???

Langkah 1
"LOGIN BRIMO"

Langkah 2
"HALAMAN BRIMO"

Langkah 3
"MENU TRANSFER"

Langkah 1 shows the login screen with fields for Username and Password, and a "Login" button.

Langkah 2 shows the main menu with various service icons. The "Transfer" icon is highlighted.

Langkah 3 shows the transfer menu with options like "Pilih Penerima" and "Pilih Saluran".

BUKTI UNTUK INDONESIA

BRI

BUKTI UNTUK INDONESIA

BRI

Bagaimana Cara Pemakaian Menu Transfer Pada Aplikasi BRImo???

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLEK TEKNOLOGI INFORMATIKA

UNIVERSITAS PGRI BALI

Langkah 4
"INPUT NOMINAL"

Langkah 5
"MASUKAN PIN"

Langkah 6
"TRANSAKSI DIPROSES"

Langkah 4 shows the "Transfer" screen with a "Masukkan Nominal" field.

Langkah 5 shows the PIN entry screen with a numeric keypad.

Langkah 6 shows the "Transaksi Sedang Diproses" screen with transaction details like "Tanggal", "Nomor", "Rekening", and "Total".

BUKTI UNTUK INDONESIA

BRI