

Pengaruh Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan pada BRI Mobile Banking (BRImo) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Rajawali Surabaya

Hana Ayuning Cahyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, hanaac02@gmail.com

Agung Pujiyanto

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, agung@untag-sby.ac.id

Diana Juni Mulyati

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, diana@untag-sby.ac.id

Abstract

The growth of technology and information is currently growing rapidly and penetrated into all aspects of people's lives. The main driver is moving towards digitalization. Advances in banking technology today have made a move towards digital banking. Along with the developments of BRI, there are so many innovations, one of which is BRI mobile banking. BRImo is the latest version of BRI mobile developed by BRI in terms of security and features. The security system of BRImo itself is better than BRI Mobile. This study aims to analyze and determine the effect of customer experience and service features on customer satisfaction using mobile banking (BRImo). As for the type of research used is quantitative research, data collection by distributing questionnaires, the number of samples in this study were 99 respondents. The data analysis technique used in this study is regression analysis with a non-linear approach, T test, coefficient of determination R² and F test. The results of this study indicate that partially customer experience and service features have a positive effect on customer satisfaction using Brimo mobile banking with a score for customer experience $0.000 > 0.05$ which means significant and for service features the resulting significant value is $0.000 > 0.05$. and for the F test in this study it could not be carried out because 2 variables were not linear, namely the Customer Experience variable (X1) and service features (X2) so that the F (simultaneous) hypothesis test could not be proven

Keywords: Customer Experience, Service features, mobile banking

Abstrak

Pertumbuhan teknologi dan informasi yang saat ini bertambah pesat dan merambah ke semua aspek di kehidupan masyarakat. Pendorong yang utama yaitu menggerakkan kearah digitalisasi. Kemajuan teknologi perbankan saat ini, telah membuat pergerakan kearah *digital banking*. Seiring dengan perkembangan-perkembangan dari BRI, terdapat begitu banyak inovasi-inovasi seperti salah satunya adalah *mobile banking* BRI. BRImo adalah versi terbaru dari BRI *mobile* yang dikembangkan oleh BRI dari segi keamanan dan fitur-fiturnya. Sistem keamanan dari BRImo itu sendiri lebih baik dari BRI *Mobile*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh dari nasabah *experience* dan fitur layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* (BRImo). adapun jenis

penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden. teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan pendekatan non linier, uji T, koefisien determinasi R² dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial nasabah *experience* dan fitur layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan *mobile banking* Brimo dengan nilai untuk nasabah *experience* $0.000 > 0.05$ yang berarti signifikan dan untuk fitur layanan nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,000 > 0,05$. dan untuk uji F pada penelitian ini tidak bisa dilakukan karena 2 variabel yang tidak linier yaitu pada variabel Nasabah *Experience* (X1) dan fitur layanan (X2) sehingga untuk uji hipotesis F (simultan) tidak bisa dibuktikan

Kata kunci : Nasabah Experience, Fitur layanan, mobile banking

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi yang pada saat ini semakin pesat dan menggerakkan sektor-sektor kearah yang digitalisasi termasuk sektor perbankan. Perbankan adalah salah satu lembaga yang memainkan peran penting dalam pembangunan suatu negara. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, prinsip operasional bank membagi bank menjadi dua jenis bank konvensional berdasarkan bunga dan bank yang berbasis syariah, juga dikenal sebagai bank syariah. Kemampuan teknologi digitalisasi membagikan dampak yang positif dikehidupan masyarakat salah satunya adalah sektor perbankan. Salah satu lembaga yang berperan penting dalam pembangunan suatu negara adalah perbankan. Bank menjalankan fungsi mereka sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), Lembaga ini mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian memberikan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau cara lain untuk membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Perbankan ialah faktor penting dalam sistem keuangan untuk kelajuan kegiatan perekonomian suatu negara mengingat kondisi keuangan Indonesia pada masa ini berada dalam posisi yang stabil, namun Indonesia tetap perlu mempunyai kewaspadaan akan kondisi global yang masih penuh ketidak pastinya dan situasi ini mengakibatkan kompetisi dunia usaha kian ketat termasuk pada perbankan. Inovasi produk diperlukan untuk bertahan di kompetisi, salah satunya adalah pengembangan teknologi informasi. Pergeseran dari perbankan tradisional ke perbankan elektronik telah dianggap sebagai salah satu keberhasilan dalam pengembangan teknologi informasi untuk memenuhi kepentingan para nasabah. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, yang mengatur penyelenggaraan teknologi finansial. Kemajuan teknologi perbankan saat ini, telah membuat pergerakan kearah *digital banking*. *Digital banking* adalah layanan perbankan yang memfasilitas nasabahnya untuk melancarkan segala kegiatan keuangannya melewati *smartphone*, sejak dari pembukaan rekening hingga *elektronik banking*. *Elektronik banking*, juga disebut *e-banking*, disediakan oleh bank untuk memenuhi layanan penting dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan menggunakan *e-banking*, banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah dan praktis di mana saja dan kapan saja melalui jejaring elektronik, sehingga nasabah tidak perlu menghabiskan waktu mengantri di ATM atau kantor bank. Contohnya termasuk transfer dana antar bank dan rekening, pembelian pulsa isi ulang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo rekening, dan lain-lain. Salah satu maksud utama dari pengembangan

SOSIALITA

Vol... No...(2023)

teknologi ini adalah mengembangkan jumlah nasabahnya, secara kuantitas dan kualitas. Peningkatan kuantitas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pengguna akan terus meningkat dari waktu ke waktu, sementara itu peningkatan kualitas menunjukkan bahwa nasabah yang didapat adalah nasabah produktif yang dapat menghasilkan keuntungan atau laba bagi bank. Kemajuan teknologi perbankan saat ini, telah membuat pergerakan ke arah *digital banking*. *Digital banking* adalah layanan perbankan yang memfasilitas nasabahnya untuk melancarkan segala kegiatan keuangannya melewati *smartphone*, sejak dari pembukaan rekening hingga *elektronik banking*. *Elektronik banking*, juga disebut *e-banking*, disediakan oleh bank untuk memenuhi layanan penting dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan menggunakan *e-banking*, banyak transaksi perbankan dapat dilakukan dengan mudah dan praktis di mana saja dan kapan saja melalui jejaring elektronik, sehingga nasabah tidak perlu menghabiskan waktu untuk berturut-turut ke ATM atau kantor bank. Contohnya termasuk transfer dana antar bank dan rekening, pembelian pulsa isi ulang, pembayaran tagihan, dan pengecekan saldo rekening, dan lain-lain. Salah satu tujuan utama dari pengembangan teknologi ini adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Peningkatan kuantitas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pengguna akan terus meningkat dari waktu ke waktu, sedangkan peningkatan kualitas menunjukkan bahwa nasabah yang didapat adalah nasabah produktif yang dapat menghasilkan keuntungan atau laba bagi bank.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah tercantum kedalam golongan salah satu bank tertua di Indonesia yang didirikan di Purwokerto. Pada tahun 2012 PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) meluncurkan layanan baru yang diberi nama BRI *mobile*. Untuk memakai *mobile banking* BRI harus mempunyai salah satunya rekening BRI (Tabungan BRI SIMPEDES, Tabungan BRI BritAma, GIRO BRI dan Tabungan BRI Junior), juga kartu ATM BRI yang aktif. Untuk menggunakan layanan *mobile banking* BRI untuk kegiatan keuangan yang dilakukan secara online, Anda dapat mendaftar melalui internet atau dengan bantuan customer service di kantor cabang Bank BRI.

Seiring dengan perkembangan-perkembangan dari BRI, diperoleh begitu banyak inovasi-inovasi seperti salah satunya yaitu *mobile banking* BRI. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk secara konsisten terus menaikkan inovasi layanan digitalnya. *Mobile banking* BRI sendiri adalah versi lama yang di luncurkan pada tahun 2012 dan pada tahun 2019 BRI meluncurkan aplikasi BRImo, BRImo adalah versi terbaru dari BRI *mobile* yang dikembangkan oleh BRI dari segi keamanan dan fitur-fiturnya. Sistem keamanan dari BRImo itu sendiri lebih unggul dari BRI *Mobile*. Aplikasi BRImo memakai teknologi *user interface* (UI) dan *user experience* (UX) terbaru. BRImo juga memiliki fitur *login fingerprint*, *login face recognition*, pembayaran QR, *top up gopay* dan fitur-fitur menarik lainnya. Untuk setiap transaksi, pelanggan juga bisa memilih untuk menggunakan dana seperti tabungan atau rekening giro. BRImo hadir sebagai sebuah inovasi untuk memudahkan nasabah dalam beraktivitas di perbankan. Dengan hanya mengakses melewati ponsel pintar masing-masing yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun, nasabah dapat menambah *experience* yang menarik dan memberikan efek yang efektif dan efisien bagi nasabah BRI.

Menurut Kotler (2008) fitur juga menjadi salah satu hal penunjang untuk nasabah dalam menggunakan BRImo tersebut. pelanggan akan selalu menyesuaikan fitur produk yang ada dengan taksiran yang ditawarkan. Selain itu, fitur ini merupakan bagian penting

dari tingkat kepuasan pelanggan dengan layanan *mobile banking*. Jika nasabah merasa puas dan yakin bahwa kebutuhannya dapat dipenuhi oleh fitur layanan yang ada di menu *mobile banking*, ini hendak berdampak pada *experience* mereka dengan *mobile banking*. Dengan banyaknya fitur layanan dan pembaruan yang dihadirkan oleh bank BRI lewat aplikasi BRI^{Mo} yang tentunya membantu setiap nasabah dalam melakukan transaksi *digital*. Contoh lain dari keunggulan bertransaksi menggunakan BRI^{Mo} yaitu pada pembukaan rekening (*digital saving*) Baik individu yang sudah menjadi nasabah BRI maupun individu yang ingin menjadi nasabah BRI dapat menggunakan BRI^{Mo}.

Nasabah *Experience* (pengalaman pelanggan) menurut Kim and Choi (2013) dideskripsikan sebagai dari respon subjektif pelanggan tentang perusahaan setelah adanya interaksi atau hubungan, yang mencakup seperti hubungan komunikasi, layanan, dan konsumsi. bahwa ulasan BRI^{Mo} pada situs pengunduhan aplikasi cukup tinggi, peringkat kedua setelah aplikasi dana dan mengalahkan aplikasi *mobile banking* lainnya seperti Bank Mandiri, Bank Bca dan lainnya. Hal ini adalah hasil dari *experience* positif yang dialami oleh setiap nasabah yang telah memakai produk tersebut. Mengenai bukti bahwa BRI^{Mo} membagikan nasabah *experience* yang baik adalah ulasan dari pengguna yang ada di situs pengunduhan. Dapat dilihat bahwa pengguna BRI^{Mo} menikmati *experience* yang baik dalam hal bertransaksi.

(Pancasari and Bernarto, 2009) Kepuasan Nasabah atau kepuasan pelanggan adalah tujuan utama perusahaan. Jika pelanggan merasa puas dengan suatu merek atau produk, mereka cenderung akan terus membeli dan memakainya, dan bahkan memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka. Dapat dikatakan bahwa BRI^{Mo} terus mengalami kemajuan dari setiap bulannya, BRI^{Mo} perlu untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan nasabah karena itu juga menjadi faktor utama dalam peningkatan penggunaan BRI^{Mo} perbulannya dan dapat melindungi posisinya pada perbankan digital di Indonesia.

METODE

(Nanang, 2011) pada penelitian ini, peneliti memakai penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang dilangsungkan dengan mengumpulkan data berwujud angka. Data yang berwujud angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk menemukan suatu informasi ilmiah pada angka-angka tersebut. (Tanzeh, 2011) Pendekatan kuantitatif ialah pendekatan yang bermaksud untuk membangun fakta, menguji teori, memberikan deskripsi statistic, menunjukkan hubungan antar variable, menaksir dan meramalkan hasilnya. penelitian ini yang perlu diteliti menggunakan angka-angka sebagai simbolnya, mulai dari pengumpulan sampai penyajian datanya yang disertai grafik, table, bagan gambar dan tampilan lainnya yang menunjang penelitian tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Kuantitatif Asosiatif, menurut (Sugiyono, 2015) yaitu penelitian yang bersifat mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Yang di mana jenis penelitian ini berusaha mencari keterikatan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pada penelitian ini variabel yang diangkat peneliti yang berjudul pengaruh nasabah experience dan fitur layanan pada BRI mobile banking (BRImo) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Rajawali Surabaya, berdasarkan variabel tersebut maka populasi yang akan dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan sampel populasinya adalah nasabah yang memiliki dan menggunakan aplikasi *mobile banking* BRImo di KC Rajawali Surabaya, dengan jumlah sampel yang diambil 99 responden dengan menggunakan Teknik *probability Sampling* yakni Teknik *Simple Random Sampling*.

Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuesioner (angket). Peneliti menggunakan instrumen peneliti berupa kuesioner yang dimana setelah data terkumpul berdasarkan pengambilan sampel itu dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independent (variabel bebas atau X) terhadap variabel dependent (variabel terikat Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

VARIABEL	KETERANGAN
Nasabah <i>Experience</i> (X1)	Valid
Fitur Layanan (X2)	
Kepuasan Nasabah (Y)	

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner dapat mengukur variabel Nasabah Experience (X1), variabel Fitur Layanan (X2) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berdasarkan persepsi responden adalah valid karena r hitung $>$ r tabel (0,195) dengan tingkat signifikan 0,05. Dari table tersebut dapat dikatakan valid.

B. Hasil Uji Reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	KETERANGAN
Nasabah Experience (X1)	RELIABEL
Fitur Layanan (X2)	

Kepuasan Nasabah (X3)

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Uji reliabilitas dilakukan dengan mengamati nilai Alpha-Cronbach yang di mana instrumen dianggap reliabel jika nilai Alpha-Cronbach melebihi 0,6. Dari data yang disajikan diambil kesimpulan bahwa Nasabah Experience (X1), Fitur Layanan (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y) semua variabel dikatakan Reliabel.

c. Hasil Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

No	Model	Unstandardized Residual
1	Asymp. Sig. (2-tailed)	,128

Sumber: Data primer diolah dari SPSS, 2023

Uji normalitas tersebut memakai pengujian *Kolmogorov-Smirnov*. pada asymp. Sig. menunjukkan nilai sebesar 0,128 yang menunjukkan nilai asymp. Sig. lebih besar daripada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal.

d. Hasil Uji Linieritas

Tabel 4. Hasil Uji Linieritas

No	Model	Sig.
1	Deviation from Linearity	,017

Sumber: Data primer diolah dari SPSS, 2023

Uji linieritas tersebut diketahui nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,017 \leq 0,05$ lalu dikatakan bahwa tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Nasabah Experience (X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas

No	Model	Sig.
----	-------	------

1	Deviation from Linearity	,001
---	--------------------------	------

Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

Uji linieritas tersebut diperoleh nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 \leq 0,05$ bahwa tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Fitur Layanan (X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y)

e. Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

No	Model	Tolerance	VIF
1	(Constant)		
2	Nasabah <i>Experience</i>	,898	1,114
3	Fitur Layanan	,898	1,114

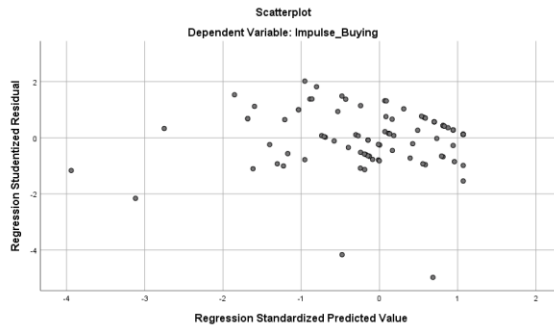
Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

Toleransi dan variance inflation Factor(VIF) dapat digunakan untuk menunjukkan multikoloniaritas. Nilai Cutoff biasanya digunakan untuk menunjukkan adanya multikoloniaritas. nilai toleransi yang rendah sebanding dengan nilai VIF yang tinggi. Multikoloniaritas didefinisikan sebagai nilai tolerance lebih dari 0,10 atau sama dengan nilai variance inflation factor (VIF) kurang dari 10.

Pada hasil pengujian uji multikoloniaritas menyatakan bahwa nilai Tolerance pada Variabel Nasabah *Experience* (X1) dan Fitur Layanan (X2) yakni 0,898 lebih besar dari 0,10. Selanjutnya, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikoloniaritas karena nilai variance inflation factor (VIF) dari variabel nasabah experience (X1) dan fitur Layanan (X2) adalah 1,114 lebih rendah dari 10.000.

f. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 7. Hasil Uji Heterokadastisitas



Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dan residul antara satu pengamatan dan pengamatan lain di dalam model regresi.. Pada uji heteroskedastisitas diperuntukkan untuk mengamati grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Apabila nilai pada grafik tidak menunjukkan pola yang jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

hasil pengujian dapat diamati bahwasanya titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan data tidak berbentuk pola bergelombang, menyempit maupun melebar, bisa diterangkan bahwa variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

g. Hasil Uji Regresi (Determinasi R²)

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan Non Linieritas Variabel Nasabah Experience(X1) dengan Kepuasan Nasabah (Y) yang memenuhi persyaratan linieritas

Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linier	.453	80.402	1	97	.000	.668	.404	
Quadratic	.454	39.926	2	96	.000	4.588	.129	.005

Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

Pada hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan :

- 1) Nilai konstanta (α) sebesar 0,668
Berarti variabel Nasabah *Experience*(X1) keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka peningkatan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,668
- 2) Nilai koefisien regresi dari sebesar 0.404
Artinya jika variabel Nasabah *Experience* (X1) independen nilainya tetap dan Nasabah *Experience* terbentuk peningkatan 1 satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,404. Koefisien dari Nasabah *Experience*, yang bernilai positif yang artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel Nasabah *Experience* dengan Kepuasan Nasabah. Jika semakin baik Nasabah *Experience* maka semakin baik Kepuasan Nasabah.

- 3) Uji analisis Determinasi (R^2) ini Diketahui dari tabel **4.18** diperoleh Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,453 ini berarti menunjukkan bahwasanya Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel Nasabah *Experience* sebesar 45,3%. Sementara itu sisanya sebesar 50,7% yang dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *service quality*, promosi, kemudahan dan lain-lain

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi dengan Pendekatan Non Linieritas Variabel Fitur Layanan(X2) dengan Kepuasan Nasabah (Y) yang memenuhi persyaratan linieritas

Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2
Linier	.187	22.353	1	97	.000	.765	.514	
Quadratic	.192	11.412	2	96	.000	17.208	-.997	.035

sumber: Data primer diolah dari SPSS, 2023

Pada hasil regresi tersebut, maka dapat disimpulkan :

- 1) Nilai konstanta (α) sebesar 0,765
berarti variabel Fitur Layanan (X2) keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka peningkatan terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 0,765
- 2) Nilai koefisien regresi dari sebesar 0,514
Artinya jika variabel Fitur Layanan (X2) independen nilainya tetap dan Fitur Layanan terbentuk peningkatan 1 satuan maka Fitur Layanan akan meningkat sebesar 0,514. Koefisien dari Fitur Layanan, yang bernilai positif yang artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel Fitur Layanan dengan Kepuasan Nasabah. Jika semakin baik Fitur Layanan maka semakin baik kepuasan Nasabah.
- 3) uji analisis Determinasi (R^2) ini Diketahui dari tabel **4.19** diperoleh Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,187 ini berarti menyatakan bahwa Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel Fitur Layanan sebesar 18,7%. Sementara itu sisanya sebesar 80,3% yang dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keamanan, kepercayaan, promosi, *service quality* dan lain-lain

h. Hasil Uji-t

Uji t (parsial) pada penelitian ini dilangsungkan 2 tahap untuk melihat secara parsial tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian pada uji t (parsial) ini dilangsungkan dengan tingkat signifikansi atau kepercayaan 5% atau (α) $\alpha =$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut yaitu jika nilai signifikansi $a < 0,05$ dan beta dengan arah positif, maka hipotesis diterima. Dan apabila nilai signifikansi $a > 0,05$ dan beta dengan arah negatif, maka hipotesis ditolak. maka mencari t tabel menggunakan rumus $df = n-k$ dengan keterangan sebagai berikut :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel yang diteliti (variabel dependen dan independen)

Maka dari itu t tabel untuk penelitian ini yaitu $df = 99 - 3 = 96$, dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05.

Diketahui nilai t tabel sebesar 1,661.

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial) Nasabah Experience (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

No	Model	Nilai t	Nilai sig
1	Nasabah Experience	8,967	,000
2	(Constant)	,508	,613

Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

1) Hipotesis Pertama :

Ho : Tidak ada pengaruh Nasabah Experience terhadap Kepuasan Nasabah pada mobile banking BRImo

Ha : Ada pengaruh Nasabah Experience terhadap Kepuasan Nasabah pada mobile banking BRImo

Penyajian dari hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwasanya hasil nilai t hitung sebesar 8.967 dimana $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ ($8.967 \geq 1,661$) dengan tingkat signifikan ($0,000 \leq 0,05$), maka Ho ditolak dan Ha di terima. Hal tersebut menyatakan bahwa Nasabah Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah pada mobile banking BRImo.

Tabel 10. Hasil Uji t (Parsial) Nasabah Fitur Layanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

No	Model	Nilai t	Nilai sig
1	Fitur Layanan	4,728	,000
2	(Constant)	,311	,757

Sumber:Data primer diolah dari SPSS, 2023

2) Hipotesis kedua :

Ho: Tidak Ada pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada mobile banking BRImo

Ha : Ada pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabahn pada mobile banking BRImo

Penyajian dari hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwasanya hasil nilai t hitung sebesar 4,728 dimana $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ ($4,728 \geq 1,661$) dengan tingkat signifikan ($0,000 \leq 0,05$), maka Ho ditolak dan Ha di terima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah pada mobile banking BRImo.

i. Pengujian signifikasi Uji Smultan (R)

Uji simultan atau uji F dilangsungkan dengan tujuan untuk mengetahui semua variabel bebas (independen) apakah berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Namun pada penelitian ini tidak bisa dilakukan Pengujian F (simultan) karena dua 2 variabel yang tidak linier yaitu pada variabel Nasabah *Experience* (X1) dan Fitur Layanan (X2). Sehingga untuk uji hipotesis F (simultan) tidak bisa dibuktikan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Nasabah *Experience* terhadap Kepuasan Nasabah

Berlandaskan pada hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa Nasabah *Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BRImo karena hasil analisis uji t, t-hitung lebih besar dari t-tabel, yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Dengan begitu bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Nasabah *Experience* terhadap Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* BRImo. Pada variabel nasabah *experience* yang memiliki indikator dengan jawaban respon paling tinggi adalah indikator "Fitur dalam aplikasi BRImo sangat lengkap dan memudahkan saya dalam bertansaksi cepat tanpa mengantri ke bank." Dengan artian bahwa pemenuhan kebutuhan dalam produk atau jasa sangat mempermudah konsumen dalam memakai produk atau jasa itu sendiri dan indikator "Dalam aplikasi BRImo sudah memiliki fitur yang memberi saran kepada saya untuk mengakses segala transaksi sendiri tanpa harus ke bank dahulu." Dalam artian nasabah bisa secara independent dalam melakukan transaksi sendiri melalui *mobile banking online* dimanapun dan kapanpun untuk menambah kepuasan bagi nasabah BRI itu sendiri dan *mobile banking* BRImo sendiri sudah tersedia saran-saran yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Kemudian, indikator yang mendapatkan respon yang paling kecil adalah indikator "nasabah merasa keahlian dalam aplikasi BRImo sangat membantu kebutuhan transaksi sehari-hari." Dalam artian *mobile banking* BRImo mampu membantu kebutuhan nasabah dalam sehari-hari tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor cabang terdekat BRI untuk melakukan transaksi.

2. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berlandaskan hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* BRImo atas hasil analisis uji t, t-hitung lebih besar dari t-tabel, yang menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima dengan begitu bisa dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara

Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada aplikasi *mobile banking* BRImo. Pada variabel Fitur Layanan yang mempunyai indikator dengan jawaban respon paling tinggi adalah indikator keberagam fitur “nasabah merasa aplikasi *mobile banking* BRImo memiliki keterangan saldo dan keterangan kartu ATM yang mudah untuk dilihat” dengan artian bahwa beragam fitur yang disediakan oleh pihak bank BRI dapat membantu dan memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi sesuai kebutuhan mereka dimanapun dan kapanpun. Jawaban dari respon tertinggi lainnya adalah pada indikator Kemudahan akses informasi mengenai produk dan jasa “nasabah merasa aplikasi *mobile banking* BRImo memiliki fitur pelayanan transaksi yang mudah untuk diakses” dengan artian bahwa fitur layanan memberikan kemudahan bagi pengguna layanan untuk mengakses informasi mengenai produk dan jasa yang akan digunakan seperti, jika nasabah membutuhkan bantuan sudah terdapat fitur bantuan bagi nasabah yang ingin ajukan dan pusat bantuan informasi tentang aplikasi BRImo itu sendiri. Kemudian, jawaban dengan respon terendah adalah indikator “Nasabah mudah mengakses layanan informasi seputar BRImo karena layanan informasi buka 24jam”.

3. Pengaruh Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Dari Penelitian ini tidak bisa dilakukan pengujian F simultan karena ada dua 2 variabel yang tidak memiliki hubungan yang linier yaitu pada variabel Nasabah *Experience*(X1) dan Fitur Layanan (X2). Sehingga untuk rumusan masalah yang ke 3 “Apakah Nasabah *Experience* Dan Fitur Layanan Berpengaruh secara simultan Terhadap Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* BRImo? dan hipotesis yang ke 3 “H₀₃ : Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* BRImo”. dan “H_{a3} : Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* BRImo”. Tidak bisa dibuktikan oleh penulis.

Dan untuk Interpretasi, keterkaitan antar variabel bebas dan terikat hanya bisa dilakukan secara parsial yaitu variabel Nasabah *Experience* terhadap Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* BRImo, kemudian variabel Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah yang semua variabel penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan.

KESIMPULAN

Nasabah *Experience* yang bagus ialah proses terwujudnya Kepuasan Nasabah. Penelitian ini membuktikan bahwa Nasabah *Experience* menjadi faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi Kepuasan Nasabah. Jika Nasabah *Experience* sesuai dengan harapan nasabah maka hal itu sangat berpengaruh terhadap tingginya Kepuasan Nasabah. Faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah ialah Fitur Layanan, pada aplikasi *mobile*

SOSIALITA

Vol... No...(2023)

banking BRImo yang menguntungkan bagi nasabah, hal ini di nilai sangat penting bagi perusahaan untuk pengembangan akan Fitur Layanan pada aplikasi *mobile banking* BRImo. Sehingga Fitur Layanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Pada fitur layanan juga memiliki faktor terbesar yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah yang ditunjukkan pada nilai tabulasi bahwa nilai-nilai tersebut tertinggi diantara variabel Nasabah *Experience*. Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan secara bersama-sama dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah yang menggunakan aplikasi BRImo di BRI KC Rajawali Surabaya. Maka dapat disimpulkan jika Nasabah *Experience* dan Fitur Layanan ditingkatkan, maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih peneliti ucapkan kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini terutama Responden yang mengisi penelitian ini. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreassen, T. W., & Lindestad, B. (1998). Customer loyalty and complex services. The impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customers with varying degrees of service expertise. *International Journal of Service Industry Management*. <https://doi.org/10.1108/09564239810199923>
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 2. Erlangga, Jakarta. 67.
- Kim, H., & Choi, B. (2013). The Influence of Customer Experience Quality on Customers' Behavioral Intentions. *Services Marketing Quarterly*. <https://doi.org/10.1080/15332969.2013.827068>
- Nanang, M. (2011). Metodologi Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Tanzeh, A. (2011). Metodologi Penelitian Praktis. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. ALFABETA BANDUNG.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital banking, customer experience and bank financial performance: UK customers' perceptions. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Pratama, M. R. D., & Jumhur, H. M. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Pada Aplikasi Grab-Food Dengan Brand Trust Sebagai Intervening *Jurnal Strategi Pemasaran*, 9(2018), 1-12. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/11934%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/manaje>

men-pemasaran/article/download/11934/10516

Putri, A. M., Mulyani, D. J., & Mulyati, A. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT SDA Indonesia Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi* <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/4056>