

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN BRIMO TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK
KANTOR CABANG MASAMBA**

Alfandy Allorerung¹, Daniel Lallo Pakiding², Abner Tahendrika³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Makassar

ABSTRACT

The choice of BRImo service quality variables in this research is because BRImo service quality is an important aspect that must be considered in improving the quality of online services, especially currently BRImo application services are able to influence customer satisfaction. The aim of this research is to analyze the influence of BRImo service quality on customer satisfaction. This study uses correlational research. The data analysis method used in this research is a survey method where questionnaires are distributed to 100 respondents. The results of this research findings show the results of the t-test that BRImo service quality has a significant and positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Mobile Banking

ABSTRAK

Pemilihan variabel kualitas layanan BRImo pada penelitian ini dikarenakan kualitas layanan BRImo merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam peningkatan kualitas layanan online, terutama saat ini layanan aplikasi BRImo mampu memengaruhi kepuasan nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan BRImo terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan penelitian korelasional. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dimana kuesioner dibagikan kepada 100 responden. Hasil dari temuan penelitian ini menunjukkan hasil uji t bahwa kualitas layanan BRImo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata-kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, Mobile Banking

Korespondensi: Abner Tahendrika, Universitas Atma Jaya Makassar. Jalan Tanjung Alang No.23, Maccini Sombala, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224. Email: atahendrika@gmail.com

PENDAHULUAN

Dunia perbankan masih menghadapi kompetisi di pasar domestik dan internasional. Bank harus berinovasi dan memperoleh keistimewaan kompetitif dan wajib memberikan layanan nasabah yang baik dibandingkan dengan pesaingnya. Kesuksesan bisnis bergantung pada kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah.

Berbagai produk dan jasa layanan baru juga dikembangkan oleh bank untuk merespon perkembangan kebutuhan dan keinginan nasabah, misalnya bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memuaskan nasabahnya (Suryani, 2017). Adinugroho (2024) mengemukakan bahwa nasabah saat ini cenderung menginginkan pengalaman layanan perbankan yang mudah, cepat, dan terjangkau sehingga bank harus mampu menawarkan layanan yang tidak hanya berbasis produk fisik tetapi pada kenyamanan digital yang diberikan. Hadirnya layanan *mobile banking* sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat modern yang memiliki mobilitas tinggi (Liana, et al, 2024).

Hartono (2024) menjelaskan bahwa aplikasi perbankan daring atau *mobile banking* (m-banking) menggunakan peranti seluler untuk pelaksanaan kegiatan transaksi perbankan semakin menjadi lebih penting daripada bank cabang fisik, hal ini dikarenakan nasabah merasa aplikasi perbankan daring memberikan kenyamanan, kemudahan, dan kecepatan. Selain itu aplikasi *mobile banking* menghilangkan batasan jam operasional bank, sehingga nasabah dapat mengakses layanan kapan saja, bahkan di luar jam kerja atau hari libur (Prमितasari et al., 2025).

Hal lain yang menjadi perhatian dengan peralihan ke *mobile banking* adalah keamanan siber dan perlindungan data pribadi sehingga bank perlu meningkatkan sistem keamanan untuk melindungi informasi pelanggan (Mukhra et al., 2024).

Tjiptono (2019) mengemukakan bahwa kualitas layanan dimulai dari pemahaman akan kebutuhan pelanggan serta diakhiri dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, kualitas layanan ditetapkan oleh kesanggupan perusahaan untuk memenuhi keinginan nasabah seperti ekspektasi nasabah. Kotler, Keller dan Chernev (2022) mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan pendorong utama kepuasan pelanggan.

Salah satu bank yang menawarkan layanan *mobile banking* adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI). BRI meluncurkan aplikasi BRI *Mobile*, juga dikenal sebagai BRImo. Nasabah BRI dapat menggunakan aplikasi ini di *smartphone* berbasis Android dan iOS untuk melakukan transaksi di ponsel nasabah.

Tujuan pengembangan sistem aplikasi BRI *Mobile*, juga dikenal sebagai BRImo *new version*, ialah untuk menyiapkan model bisnis baru untuk masa depan. Diharapkan bahwa semua nasabah akan mulai bertransaksi melalui BRImo dalam waktu dekat, setelah beralih ke ATM dan SMS Banking. Saat ini, BRImo membuat transaksi perbankan lebih mudah dengan berbagai layanan yang ditawarkannya. Salah satu

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

keunggulan aplikasi BRIImo ialah pengguna dapat melakukan tarik tunai dengan menggunakan smartphone tanpa menggunakan kartu ATM. Tarik tunai bisa dilangsungkan dengan mudah dengan menginput nominal yang mau ditarik dan masukkan password. Pengguna kemudian akan menerima kode tarik tunai, yang akan digunakan di ATM BRI terdekat.

Aplikasi ini sangat disukai pengguna, menurut ulasan yang ditemukan di Google Playstore. Aplikasi BRIImo Banking menerima rating 4,5 dari 5 bintang. Fungsi rating untuk mengukur kepuasan pengguna melihat tingkat kepuasan pengguna dengan aplikasi berdasarkan nilai yang diberikan. Selain itu, pengguna memberikan ulasan positif dan negatif. Salah satu masalah yang diajukan pengguna ialah masalah dengan rekaman wajah 8 detik. Kualitas produk juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan karakteristik dan ciri jasa dan barang yang mempunyai keunggulan pemenuhan kebutuhan, untuk memenuhi fungsinya. Kemampuan produk termasuk keandalan, keseluruhan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, ketepatan, dan atribut penting lainnya. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pengguna dengan aplikasi BRIImo, perlu dilangsungkan riset.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kanca Masamba ialah satu dari banyak bank BUMN di kota Masamba yang memiliki wilayah pelayanan kerja yang luas. Penting bagi PT. BRI (Persero) Tbk Kanca Masamba untuk mengetahui tanggapan nasabah terhadap layanan BRIImo agar dapat menentukan apakah penggunaan layanan tersebut dapat menguntungkan nasabah atau tidak. Nasabah harus mengetahui informasi keuangan dan memiliki kemudahan bertransaksi secara cepat tanpa harus mengantri di ATM.

Pertumbuhan pengguna BRIImo di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Masamba tiap tahun terus mengalami peningkatan nasabah yang menggunakan layanan BRIImo. Pada tahun 2021 nasabah yang menggunakan aplikasi BRIImo sebanyak 2.829 kemudian pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 90,52% dari tahun 2021 dan tahun 2023 mengalami peningkatan sebanyak 23,23% dari tahun 2022.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Purnama (2024) mengatakan bahwa kualitas *layanan mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Rafli dan Yunanto (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap langsung terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan kesenjangan penelitian tentang kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah serta fenomena yang terjadi sehingga penelitian ini dilakukan.

TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka kerja teoritis yang dirancang untuk memprediksi seberapa besar kemungkinan pelanggan untuk mengadopsi sistem teknologi baru, selain itu

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

teori ini berpendapat bahwa fitur-fitur suatu sistem teknologi memengaruhi motivasi calon untuk mengadopsi fitur tersebut (Dziak, 2024). *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis dalam disertasinya tahun 1986. Davis dan Granić (2024) mengungkapkan bahwa TAM mengidentifikasi hal utama yang menjadi pendorong pelanggan menerima perubahan penggunaan teknologi yang diberikan perusahaan yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*).

Pengertian *Mobile Banking*

Otoritas Jasa Keuangan (2018), *mobile banking* merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi *mobile banking* atau aplikasi bawaan operator seluler. Sementara pendapat Mukhra et al (2024) mengatakan bahwa *mobile banking* merupakan layanan perbankan dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah bank dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat selular. Perbankan menawarkan layanan inovatif yang disebut *mobile banking*, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui smartphone.

Saputro, et al., (2022) mengatakan bahwa *mobile banking* merupakan layanan perbankan yang memudahkan nasabah melakukan transaksi dengan *smartphone* melalui aplikasi yang diunduh oleh nasabah. Hartono (2024) menjelaskan bahwa *mobile banking* menggunakan peranti seluler untuk pelaksanaan kegiatan transaksi perbankan.

Berdasarkan pendapat dari para ahli maka dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* adalah layanan perbankan yang memudahkan nasabah karena layanan perbankan bisa dilakukan pada telepon pintar dengan melakukan pengunduhan aplikasi.

Kepuasan Nasabah

Kotler, Armstrong dan Balasubramanian (2023) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan atau dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan rasa senang yang dirasakan ketika kinerja suatu produk/jasa melebihi ekspektasi pelanggan atau nasabah. Perasaan puas pada pengguna merupakan rasa dengan perasaan puas atau kekecewaan yang dirasakan seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan setelah mengalami hal yang nyata diterima dengan ekspektasi pengguna (Priansa, 2017).

Schiffman dan Wisenblit (2019) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan/nasabah merupakan persepsi pelanggan terhadap kinerja produk/layana dibandingkan dengan harapan pelanggan. Pendapat yang hampir senada dari Hoyer, MacInnis dan Pieters (2024) yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan yang muncul dari keputusan pembelian, pengalaman, konsumsi yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk/jasa dari perusahaan, apakah memuaskan atau tidak memuaskan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima (Parasuraman, et al., 1998; Lupiyoadi, 2023). Sementara pendapat dari Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Wirtz dan Lovelock (2022) mengungkapkan bahwa kualitas layanan didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi kinerja dari suatu produk atau jasa. Pendapat dari Tjiptono (2019) mendefinisikan bahwa kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan dari suatu produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan.

Kerangka Penelitian

Desain konseptual penelitian bermanfaat untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Desain konseptual pada penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Hasil temuan bahwa kualitas layanan BRIMo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah berdasarkan penelitian Tenggono, et al., (2023). Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: kualitas layanan BRIMo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

METODE

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara dua variabel atau lebih (Suliyanto, 2018). Lokasi penelitian ini akan dilakukan yang peneliti ambil berada di Bank BRI Kantor Cabang Masamba yang berada di jalan Ir. Soekarno, Kappuna, Kec. Masamba, Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna BRImo pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Masamba yang berjumlah 6642 pengguna BRImo. Penentuan sampel dari populasi yang akan di teliti dalam riset ini memakai rumus Slovin, jumlah nasabah pengguna BRImo PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Masamba pada tahun 2023 berjumlah 6642 nasabah pengguna BRImo, maka dengan rumus Slovin di atas dengan taraf signifikan 10% maka peroleh jumlah sampel sebesar 98,5 yang dibulatkan menjadi 100 sampel. Teknik yang dipakai peneliti dalam pengambilan sampel ini memakai teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan survei dengan membagikan kuesioner. Pembagian kuesioner kepada nasabah BRI Kantor Cabang Masamba dan menggunakan BRImo untuk bertransaksi. Skala pengukuran variabel menggunakan skala Likert: Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5, Setuju (S) diberi nilai 4, Netral (N) diberi nilai 3, Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1. Pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif (rata-rata dan simpangan baku), uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji linearitas), analisis regresi linear sederhana dan uji t.

Instrumen Penelitian

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Kode Item	Instrumen Penelitian
Kualitas Layanan (X)	Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	XAA.1	Layanan BRImo dapat diakses dengan cepat
	Pemenuhan janji (<i>Fulfillment</i>)	XAA.2	BRImo memberikan informasi data keuangan nasabah secara lengkap dan akurat
	Ketersediaan sistem beroperasi (<i>System availability</i>)	XAA.3	Sistem informasi pada layanan BRImo memberikan informasi yang bebas dari kesalahan
	Privasi (<i>Privacy</i>)	XAA.4	Dengan menggunakan BRImo nomor PIN dan password nasabah akan terjamin keamanannya
	Jaminan/kepercayaan (<i>Assurance/ trust</i>)	XAA.5	Semua data yang diproses melalui BRImo dapat dipercaya dan tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank
	Tampilan situs (<i>Site aesthetics</i>)	XAA.6	BRImo memiliki tampilan menu yang jelas, mudah dipahami dan selalu berkembang
Kepuasan Nasabah (Y)	Membeli kembali	YAA.1	Saya merasa puas dan Saya bersedia menggunakan produk lain dari Bank BRI
	Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan	YAA.2	Saya puas dengan Bank BRI karena memenuhi kebutuhan saya dan saya merekomendasikan kepada orang lain
	Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.	YAA.3	Saya harus tahu banyak sebelum bisa memanfaatkan secara optimal produk-produk yang ditawarkan Bank BRI dibanding produk dan layanan bank lainya
	Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.	YAA.4	Saya merasa produk BRI yang lain mempunyai kualitas yang baik juga
	Menawarkan ide (produk atau jasa) kepada perusahaan	YAA.5	Pihak Bank BRI menerima kritik, keluhan dan saran dari pengunjung atau nasabah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data deskripsi karakteristik responden yang didasarkan pada jenis kelamin, usia dan pendidikan nasabah pada PT. BRI (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Nasabah PT BRI (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	53	53%
	Wanita	47	47%
	Total	100	100%
Usia	<20 Tahun	12	12%
	21-30 Tahun	52	52%
	31-40 Tahun	16	16%
	41-50 Tahun	12	12%
	>51 Tahun	8	8%
	Total	100	100%
Pendidikan	SLTP/SMP	6	6%
	SLTA/SMA	20	20%
	Diploma	26	26%
	S1	48	48%
	Total	100	100%

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Responden pria pada penelitian ini dengan jumlah persentase 53% sedangkan wanita persentasenya sebanyak 47%. Disimpulkan bahwa pria lebih dominan dalam menggunakan layanan aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba.

Usia responden pada penelitian ini, yang berusia <20 tahun berjumlah 12 orang (12%), pada usia 21-30 tahun sejumlah 52 orang (52%), usia 31-40 tahun sebanyak 16 orang, usia 41-50 tahun sejumlah 12 orang (12%) dan responden dengan usia >51 tahun berjumlah sebanyak 8 orang (8%). Disimpulkan bahwa responden nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba yang menggunakan aplikasi layanan BRImo didominasi oleh usia 21-30 tahun.

Pendidikan responden yang mendominasi ialah S1 memiliki jumlah sebanyak 48 orang (48%), disusul oleh responden dengan pendidikan diploma dengan jumlah 24 orang (24%), kemudian SLTA/SMA dengan jumlah 20 orang (20%) dan SLTP/SMP dengan jumlah 6 orang (6%) yang merupakan jumlah responden paling sedikit.

Analisis Deskriptif Kualitas Layanan BRImo dan Kepuasan Nasabah

Tabel 3. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan BRImo

Kode	Nilai					Mean	Standar Deviasi
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
XAA1	23%	62%	15%	0%	0%	4,08	0,614
XAA2	19%	45%	35%	1%	0%	3,82	0,744
XAA3	16%	62%	21%	1%	0%	3,93	0,640
XAA4	22%	55%	21%	2%	0%	3,97	0,717
XAA5	30%	68%	2%	0%	0%	4,28	0,494
XAA6	50%	44%	6%	0%	0%	4,44	0,608
Rata-rata Kualitas Layanan BRImo (X)						4,08	0,464

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Kualitas layanan BRImo diukur menggunakan indikator, yaitu: efisiensi (*efficiency*), pemenuhan janji (*fulfillment*), ketersediaan sistem (*system availability*), privasi (*privacy*), jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), tampilan situs (*site aesthetics*). Pernyataan XAA1, XAA2, XAA3, XAA4, XAA5 dan XAA6, rata-rata mendapatkan nilai 4,08 dan standar deviasi 0,464 yang berarti setuju.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah

Kode	Nilai					Mean	Standar Deviasi
	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
YAA1	32%	59%	9%	0%	0%	4,23	0,601
YAA2	24%	65%	11%	0%	0%	4,13	0,580
YAA3	35%	54%	11%	0%	0%	4,24	0,638
YAA4	28%	60%	12%	0%	0%	4,16	0,615
YAA5	41%	55%	4%	0%	0%	4,37	0,562
Rata-rata Kepuasan Nasabah (Y)						4,23	0,452

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Kepuasan Nasabah diukur dengan menggunakan indikator: membeli kembali, mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan, kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing, membeli produk lain dari perusahaan yang sama, menawarkan ide (produk atau jasa) kepada perusahaan. Pernyataan YAA1, YAA2, YAA3, YAA4, dan YAA5, rata-rata mendapatkan nilai 4,23 dan standar deviasi 0,452 yang berarti setuju.

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun hasil uji validitas dan uji reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	Kode Item Pernyataan	Pearson Correlation (r Hitung)	Standar r > 0,30	Keterangan
Kualitas Layanan	XAA1	0,702	0,30	Valid
	XAA2	0,846		Valid
	XAA3	0,821		Valid

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

	XAA4	0,843		Valid
	XAA5	0,385		Valid
	XAA6	0,663		Valid
Kepuasan Nasabah	YAA1	0,834	0,30	Valid
	YAA2	0,773		Valid
	YAA3	0,806		Valid
	YAA4	0,756		Valid
	YAA5	0,590		Valid

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai r pada setiap item pernyataan yang digunakan pada instrumen penelitian memperoleh nilai $r > 0,30$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau telah memenuhi syarat uji validitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha $> 0,60$	Keterangan
Kualitas Layanan	0,818	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,810	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *cronbach alpha* pada item pernyataan dalam variabel yang digunakan pada instrumen penelitian memperoleh *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dapat dinyatakan memiliki nilai konsistensi atau telah memenuhi syarat uji reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu, uji normalitas dan uji linearitas. Adapun hasil uji normalitas dan linearitas sebagai berikut:

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Nilai Signifikansi (Asymp. Sig)	Nilai Signifikansi $> 0,05$	Keterangan
0,200	0,05	Terdistribusi normal

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi (*asympt. sig*) sebesar 0,200 karena $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang digunakan dalam penelitian ini normal atau telah memenuhi syarat asumsi normalitas sehingga layak untuk dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

Uji Linearitas

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

Nilai Signifikansi (Sig. Linearity)	Nilai Signifikansi $< 0,05$	Keterangan
0,000	0,05	Linear

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi (*sig. linearity*) yaitu 0,000 karena $0,000 \leq 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan BRImo dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang linear atau telah memenuhi syarat asumsi linearitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 9. Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
Konstanta	11,787	1,786			
Kualitas Layanan BRImo (X)	0,381	0,072	0,469	5,263	0,000
Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah					

Sumber: data diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan pada tabel 9 diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = 11,787 + 0,381X$$

Berdasarkan persamaan regresi maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

$a = 11,787$; menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan BRImo (X) konstan, maka kepuasan nasabah sebesar 11,787 satuan.

$b = 0,381$; artinya apabila kualitas layanan BRImo meningkat satu satuan maka diikuti peningkatan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,381 satuan.

Pengujian Hipotesis

Hasil uji hipotesis (uji t) pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yang diperoleh dengan ketentuan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka kualitas layanan BRImo (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hasil uji hipotesis pada tabel 9 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa kualitas layanan BRImo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah atau hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Ghozali (2018) mengatakan bahwa apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan BRImo terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba. Penelitian ini dibagikan kepada 100 nasabah yang menggunakan layanan aplikasi BRImo.

Hasil analisis deskriptif berdasarkan karakteristik responden menunjukkan bahwa nasabah lebih banyak adalah kaum pria (53%) yang bisa dianggap sebagai nasabah yang lebih sering menggunakan layanan BRImo, sementara nasabah kebanyakan berumur 21-30 tahun (52%) yang berarti lebih melek

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

dengan teknologi sehingga lebih sering menggunakan layanan BRImo dan latar belakang pendidikan nasabah adalah S1 (48%), dianggap bahwa pendidikan sudah cukup untuk memahami cara penggunaan BRImo. Analisis deskriptif, kualitas Layanan BRImo memiliki nilai mean 4,08 dan nilai standar deviasi 0,464, lalu pada variabel kepuasan nasabah memiliki nilai mean 4,23 dan nilai standar deviasi 0,452. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah di PT BRI (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan tentang kualitas layanan BRImo dan kepuasan nasabah.

Pada uji validitas semua pernyataan mendapatkan nilai $r > 0,30$. Jika $r > 0,30$ maka item pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid (Ghozali 2018). Semua pernyataan variabel kualitas layanan BRImo dan kepuasan nasabah mendapatkan nilai $> 0,30$, sehingga semua item pernyataan dikatakan valid. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach alpha $> 0,60$ artinya memiliki nilai konsistensi yang cukup baik (Sugiyono, 2019). Nilai *cronbach's alpha* variabel kualitas layanan BRImo sebesar 0,818 sementara nilai *cronbach's alpha* kepuasan nasabah sebesar 0,810 yang berarti seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian dapat dinyatakan memiliki nilai konsistensi atau telah memenuhi syarat uji reliabilitas.

Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov test yang terdapat di Program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2018). Nilai signifikansi (*asympt. Sig*) dalam penelitian ini sebesar 0,200, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas sehingga layak untuk dilanjutkan pada pengujian selanjutnya. Uji linearitas biasanya digunakan untuk syarat analisis korelasi atau regresi linear, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka kedua variabel memiliki hubungan linear sementara nilai signifikansi $> 0,05$ maka kedua variabel memiliki hubungan yang tidak linear (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini mendapatkan nilai signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang linear antara kualitas layanan BRImo terhadap kepuasan nasabah.

Tujuan utama penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan BRImo terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Masamba dan untuk menganalisis perubahan pengaruh kualitas layanan BRImo (X) terhadap kepuasan nasabah (Y). Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa kualitas layanan BRImo memperoleh nilai koefisien positif yaitu sebesar 0,318 artinya jika kualitas layanan BRImo mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka dapat diikuti peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,318 satuan. Hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 $< 0,05$ berarti kualitas layanan BRImo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di PT BRI (Persero) Tbk, Kantor Cabang Masamba.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

Hasil penelitian sejalan dengan dilakukan oleh Tenggono, et al., (2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Anwar, et al., (2020) mengenai pengaruh kualitas pelayanan akan kepuasan nasabah perbankan syariah yang berpengaruh secara signifikan dan positif. Penelitian ini juga didukung oleh beberapa acuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Triyanti, et al., (2021); Akob dan Sukarno (2022); Anggraini, et al., (2022); Shofiah, et al., (2022); Rahmi, et al., (2023); Huwaida, et al., (2024); Soumokil, et al., (2024) yang mengatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil pengujian hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan BRImo berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Masamba atau hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan BRImo yang ditawarkan kepada nasabah mampu meningkatkan kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Cabang Masamba.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Adinugroho, A. (2024). *Manajemen Pemasaran Perbankan Digital*. Padang: Penerbit Takaza Innovatix Labs
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269–283. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Anggraini, M. J., Sani, A., & Harahap, A. (2022). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai. *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 16-43.
- Anwar, N., Simabur, S., & Rahmad. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economis Studies*, 23-90.
- Davis, F. D. dan Granić, A. (2024). *The Technology Acceptance Model - 30 Years of TAM*. Cham, Switzerland: Springer
- Dziak, M. (2024). *Technology Acceptance Model (TAM)*. Retrieved 1 Juni 2025, from EBSCOhost: <https://www.ebsco.com/research-starters/technology/technology-acceptance-model-tam>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2024). *Bisnis Digital E-Commerce dan E-Business - Pendekatan Model Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J. & Pieters, R. (2024). *Consumer Behavior*. Boston: Cengage
- Huwaida, H., Imelda, S., Rofi'i., & Muhammad, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik dan Niaga*, 24(1), 21–29.
- Kotler, P., Armstrong, G., dan Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., dan Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 07. No. 01, Juli 2025

- Liana, W., Putra, I. H., Kosadi, F & Adrian. (2024). *Financial Technology (Fintech) (Pengantar dan Inovasi Teknologi Keuangan)*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mukhra, U. H., Makruf, J. J., Kesuma, T. M., Nizam, A., & Siregar, M. R. (2024). *Mobile Banking dalam Persepsi Privasi Nasabah*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press
- OJK. (2018). Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved Februari 1 Juni 2025, from OJK Website: https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/417_Perbankan-4a%20mudah%20dan%20aman%20dengan%20internet%20banking%20dan%20mobile%20banking_2018_sma11.pdf
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Pramitasari, T. D., Widaninggar, N., & Rachman, R. (2025). *Masa Depan Perbankan: Transformasi Digital Menuju Bank 4.0*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish Digital
- Priansa, D. J. & Wibowo, L. A. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, S. D. & Purnama, N. I. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 2154–2162. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4993>
- Rahmi, P. P., Aryanti, A. N. & Aziz, D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 710-722. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.660>
- Saputro, E. P., Nasir, M., Achyani, Fatchan., Arif, M., Setyaningrum, D. P. & Febriyanto, A. (2022). *Digitalisasi Perbankan: Prospek, Tantangan & Kinerja*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. New Jersey : Pearson Education
- Shofiah, S., Fakhriza, M. A. K., & Prihartono, P. (2022). Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB (Studi Pada Pengguna BJB Digi di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 1-13. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.1999>
- Soumokil, M. S., Numberi, A., & Heipon, W. F. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Papua, KCU Jayapura). *Journal of Mandalika Literature*, 5(3), 411-421. <https://doi.org/10.36312/jml.v5i3.3518>
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global - Menciptakan Nilai Ungguk untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tenggono, Hardy., Pakiding, D. L., & Tahendrika, A. (2023). Pengaruh Kualitas Aplikasi Microsoft Teams terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Makassar Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 4(1), 135-150. <https://doi.org/10.47178/ghskw128>
- Tjiptono, F. 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Triyanti, D., Kaban, R. F. & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 181-192. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.51-62>
- Wirtz, J. & Lovelock, C. (2022). *Services Marketing - People Technology Strategy*. Singapore: World Scientific Publishing Co. Inc.