

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNA DAN MANFAAT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI *MOBILE BANKING* BRI (BRImo) PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT BANJARMASIN

Arta Dina¹⁾, Muhammad Hasanur Arifin²⁾, Irwansyah³⁾, Siti Rusidah⁴⁾

¹⁾Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

²⁾Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

³⁾Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

⁴⁾Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

* E-mail author: artadina787@gmail.com

ARTICLE HISTORY:

Received

Accepted

Published

ABSTRACT

Arta Dina, 2210412220063, 2026. *The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Customer Satisfaction of BRI Mobile Banking (BRImo) Application among ULM Students.*

This study aims to examine the effect of perceived ease of use and perceived usefulness, both partially and simultaneously, on customer satisfaction of the BRI mobile banking (BRImo) application among students of Universitas Lambung Mangkurat. The research employs a quantitative approach. The sample consists of 100 respondents selected using incidental sampling technique. Data were collected through questionnaires, and the analysis method used is multiple linear regression.

The results show that perceived ease of use has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. In addition, perceived usefulness also has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. Simultaneously, perceived ease of use and perceived usefulness have a significant effect on customer satisfaction of the BRI mobile banking (BRImo) application among students of Universitas Lambung Mangkurat.

KEYWORDS:

Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Customer Satisfaction.

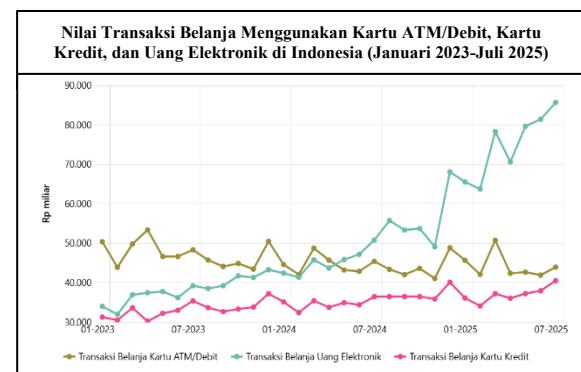
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Transformasi ini ditandai dengan pergeseran layanan perbankan dari sistem konvensional menuju sistem berbasis digital yang lebih efisien dan praktis. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan mobile banking, yaitu layanan perbankan berbasis aplikasi yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan secara mandiri melalui perangkat smartphone kapan saja dan di mana saja.

Keberadaan mobile banking memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari. Pengguna tidak lagi bergantung pada layanan fisik seperti kantor cabang atau mesin ATM, melainkan dapat melakukan aktivitas seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga top-up dompet digital secara cepat dan efisien. Hal ini menjadikan mobile banking sebagai salah satu solusi utama dalam mendukung gaya hidup digital

masyarakat modern yang menuntut kecepatan dan kemudahan.

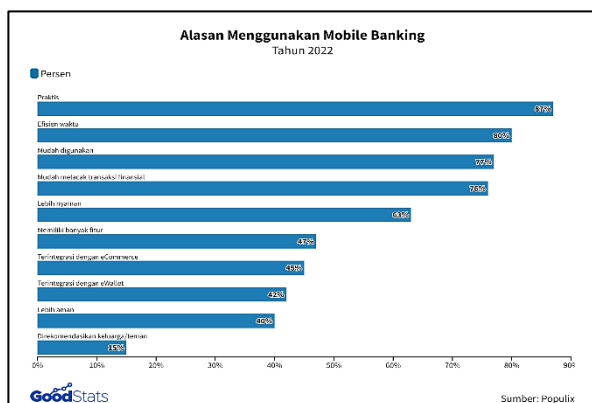
Perkembangan tersebut tercermin pada dinamika transaksi belanja non-tunai pada grafik perkembangan transaksi belanja periode Januari 2023 hingga Juli 2025. Grafik tersebut mengindikasikan semakin kuatnya peran *mobile banking* dalam aktivitas transaksi digital masyarakat.



Gambar 1. Data Transaksi Belanja Uang Elektronik RI
Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

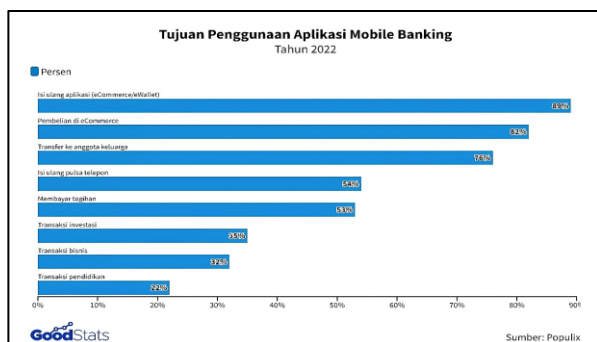
Meningkatnya penggunaan uang elektronik tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sektor perbankan, khususnya karena hadirnya layanan *mobile banking*. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan dan pembayaran secara cepat, praktis, serta real-time tanpa perlu mengunjungi kantor cabang atau menggunakan kartu fisik. Beragam fitur seperti pembayaran berbasis QR, transfer instan, pengisian saldo e-wallet, hingga pembayaran tagihan rutin menjadikan *mobile banking* sebagai solusi yang efektif dalam menunjang kebutuhan transaksi masyarakat modern.

Ada beberapa alasan mengapa pengguna memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk bertransaksi. Dari hasil survei GoodStats, alasan paling banyak disebutkan adalah karena aplikasi ini dianggap praktis, dengan 87% responden. Selain itu, 80% responden merasa *mobile banking* bisa menghemat waktu, dan 77% lainnya mengatakan aplikasi ini mudah digunakan.



Gambar 2. Survei Alasan Pengguna Mobile Banking
Sumber: goodstat.id, 2022

Selain alasan penggunaannya, berdasarkan data dari GoodStats yang bersumber dari Populix, terdapat berbagai tujuan utama masyarakat Indonesia dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* pada tahun 2022. Data ini menunjukkan tidak hanya untuk kebutuhan dasar, tetapi juga untuk berbagai aspek transaksi keuangan lainnya.



Gambar 3. Survei Tujuan Pengguna Mobile Banking
Sumber: goodstat.id, 2022

Tujuan yang paling umum adalah untuk isi ulang aplikasi *e-commerce* atau *e-wallet*. Menunjangkan tingginya integrasi antara *mobile banking* dengan *platform* belanja *online* dan dompet digital. Selanjutnya, 82% responden menggunakan *mobile banking* untuk pembelian di *e-commerce*, dan 76% untuk transfer ke anggota keluarga, menandakan bahwa transaksi personal dan konsumtif menjadi motivasi utama penggunaan aplikasi ini.

Mobile banking adalah aplikasi layanan yang menawarkan banyak fitur di dalamnya. Dalam artian, *mobile banking* adalah layanan yang serupa dengan fasilitas mesin ATM dalam versi yang lebih *simple*. Beberapa fitur *mobile banking* yang dapat dinikmati oleh pengguna antara lain fitur transfer antarbank, pembayaran kebutuhan rumah seperti listrik, internet & TV kabel hingga PDAM, pembayaran tagihan kartu kredit, fitur pembayaran premi BPJS Kesehatan dan asuransi swasta lainnya, fitur pembayaran *e-commerce*, *top up e-money*, pembayaran pendidikan, layanan investasi seperti deposito, reksadana, layanan pembayaran pajak, transfer valuta asing dan masih banyak lagi fitur yang ditawarkan oleh masing-masing aplikasi *mobile banking* tergantung bank ataupun rekening apa yang kita gunakan.



Gambar 4. Survei 10 Urutan Teratas Aplikasi M-Banking
Sumber: goodstat.id, 2022

Temuan ini memperlihatkan bahwa preferensi masyarakat terhadap aplikasi *mobile banking* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keandalan layanan, serta kelengkapan fitur yang ditawarkan. Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan atau penggunaan *mobile banking* menjadi relevan untuk melihat bagaimana aplikasi-aplikasi tersebut memenuhi kebutuhan pengguna.

Fenomena menarik terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat (ULM) Banjarmasin. Meskipun secara institusional kampus bekerja sama dengan layanan *mobile banking* dari bank tertentu untuk mendukung aktivitas keuangan mahasiswa, kenyataannya sebagian besar mahasiswa tetap memilih menggunakan BRIMO sebagai aplikasi utama mereka.

Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara rekomendasi institusi dan preferensi aktual pengguna, yang mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh persepsi individu terhadap aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap mahasiswa ULM, ditemukan bahwa faktor kemudahan penggunaan menjadi alasan dominan dalam memilih aplikasi mobile banking. Mahasiswa cenderung memilih aplikasi yang memiliki tampilan sederhana, mudah dipahami, serta tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya. Selain itu, faktor manfaat juga menjadi pertimbangan penting, di mana mahasiswa merasakan bahwa aplikasi mobile banking mampu membantu aktivitas transaksi sehari-hari menjadi lebih cepat, efisien, dan praktis, terutama bagi mahasiswa yang tinggal jauh dari keluarga atau memiliki mobilitas tinggi.

Ketika kinerja produk berada di bawah ekspektasi, pelanggan cenderung merasa tidak puas. Sebaliknya, bila kinerja produk sesuai dengan apa yang diharapkan, pelanggan akan merasa puas. Namun, apabila kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan dapat merasakan kepuasan yang lebih tinggi, bahkan hingga pada tingkat sangat puas atau *delighted*.

Menurut Tjiptono (2015:146), kepuasan adalah kondisi emosional yang muncul ketika pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa dengan ekspektasi mereka. Jika kinerja lebih rendah dari harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas, dan jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan dapat mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi (*delighted*). Tingkat kepuasan tersebut sangat dipengaruhi oleh penilaian pelanggan terhadap kesesuaian antara persepsi kinerja produk (*perceived performance*) dan harapannya.

Selain itu, definisi kepuasan pelanggan juga dijabarkan lebih jelas Kotler dan Keller (2016) kepuasan atau *satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung hubungan antara kemudahan, manfaat, dan kepuasan pengguna. Rahmawati (2022) menemukan bahwa kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *mobile banking* BCA dalam jurnal ekonomi dan bisnisnya

yang berjudul Pengaruh Kemudahan dan Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna *mobile banking* BCA di Surabaya. Putri dan Nugraha (2021) pada Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo di Bandung, juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna BRImo di Bandung, dengan manfaat sebagai faktor dominan.

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna terhadap suatu sistem atau teknologi. Davis (1989) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Kemudahan penggunaan menjadi alasan terbesar dikalangan mahasiswa ULM dalam *survei* yang dilakukan peneliti untuk menggunakan BRImo, dikatakan bahwa aplikasi BRImo mudah digunakan dan memiliki tampilan sederhana. Jika sebuah aplikasi dirancang dengan tampilan yang sederhana, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan kebingungan, maka pengguna akan cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan teknologi tersebut (Davis *et al.*, 2022:14).

Menurut Jogiyanto (2017) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai sebuah kepercayaan bahwa dalam memakai suatu teknologi akan terbebas dari upaya sehingga akan memberi pengaruh pada proses keputusan penggunaan teknologi tersebut.

Didukung pula oleh penelitian terdahulu Wijatmiko *et al.*, (2025) membuktikan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pengguna Aplikasi *Mobile banking* BRI. Hasil yang sama ditunjukkan juga dalam penelitian dari Zulkarnain *et al.*, (2023) pada nasabah pengguna BSI Mobile.

Penggunaan Aplikasi *mobile banking* dapat memberikan manfaat bagi transaksi sehari-hari terutama dikalangan mahasiswa. Manfaat atau *perceived usefulness* merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989). Manfaat dipahami sebagai tingkat keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerja, efektivitas, serta produktivitas dalam aktivitas yang mereka lakukan.

Definisi manfaat penggunaan dalam artikelnya yang berbunyi '*Perceived usefulness is defined here as the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance*', dapat diartikan manfaat penggunaan

sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem informasi mampu meningkatkan kinerja atau produktivitas kerjanya. Lebih lanjut, Venkatesh & Davis (2000) menegaskan bahwa persepsi manfaat terbentuk melalui interaksi antara pengalaman penggunaan, kualitas hasil kerja, relevansi sistem dengan tugas, serta dorongan sosial dari lingkungan pengguna.

Tidak sedikit juga mahasiswa ULM berasal dari wilayah pedesaan atau daerah luar kota yang fasilitas perbankan terbatas. Di daerah-daerah tersebut, kantor BRI dan mesin ATM jauh lebih mudah ditemukan dibanding bank lain yang umumnya hanya tersedia di tingkat kota atau kabupaten.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung salah satunya pada penelitian Lestari et al., (2025) bahwa manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa dalam bertransaksi perbankan. Pada Penelitian Atqiya et al., (2025) memiliki hasil yang sama yaitu, persepsi manfaat memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan aplikasi HCMIS.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran merupakan proses ketika individu maupun kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk dan jasa bernilai secara bebas. Pandangan ini sejalan dengan Tjiptono dan Diana (2020) yang menyatakan bahwa pemasaran melibatkan aktivitas menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga komoditas demi memfasilitasi hubungan pertukaran yang memuaskan dengan konsumen, sekaligus membangun relasi positif dengan pemangku kepentingan di lingkungan yang dinamis.

Sementara itu, Sumarwan (2015:17) menjelaskan pemasaran sebagai proses perusahaan dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan serta meyakinkan mereka terhadap urgensi produk tersebut agar tercipta transaksi atau pertukaran. Melengkapi definisi tersebut, Manap (2016) mengartikan pemasaran sebagai rangkaian proses sosial dan manajerial yang mencakup perencanaan, pelaksanaan konsep, penetapan harga, pengelolaan produk, promosi, hingga distribusi demi mencapai tujuan organisasi.

Perilaku Konsumen

Menurut Solomon (2020:22), perilaku konsumen merupakan rangkaian proses yang dialami individu maupun kelompok ketika mereka menentukan pilihan, melakukan pembelian, memanfaatkan, hingga mengakhiri penggunaan suatu produk, layanan,

gagasan, atau pengalaman sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan. Proses ini menggambarkan bagaimana konsumen mengambil keputusan sebagai bentuk penyelesaian masalah terkait pemenuhan kebutuhan, baik berupa barang maupun jasa.

Sementara itu, Kotler dan Keller (2016:179) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah kajian mengenai bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk mencapai kepuasan atas kebutuhan dan keinginannya. Menurut Engel dalam (Sangadji & Sopiah, 2013:7) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model (TAM) dikemukakan oleh Davis (1989) sebagai suatu model yang digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Davis mendefinisikan TAM sebagai kerangka konseptual yang menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap suatu sistem teknologi ditentukan oleh keyakinan pengguna mengenai manfaat (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) dari sistem tersebut.

Dalam TAM, Davis mengemukakan dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU). *Perceived Usefulness* diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan *Perceived Ease of Use* merupakan tingkat keyakinan bahwa sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar.

Kemudahan Pengguna

Kemudahan dalam konteks penggunaan dapat dikenal sebagai *Perceived Ease of Use* dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989). Davis dalam artikelnya menjabarkan definisi kemudahan penggunaan yang berbunyi '*Perceived ease of use, in contrast, refers to the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*', yang dapat diartikan kemudahan penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan terbebas dari usaha fisik maupun mental.

Menurut Jogiyanto (2017) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai sebuah kepercayaan bahwa dalam memakai suatu teknologi akan terbebas dari upaya sehingga akan memberi pengaruh pada proses keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika individu merasa percaya bahwa sebuah teknologi mudah digunakan maka mereka akan menggunakannya.

Persepsi kemudahan menurut Joan & Sitinjak (2019), didefinisikan sebagai kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang dimana teknologi tidak akan membuat repot atau memerlukan upaya yang tinggi ketika akan digunakan. Keputusan penggunaan sebuah teknologi akan meningkat ketika mereka merasa yakin bahwa teknologi dapat dipakai secara mudah (easy of uses) atau upaya yang sedikit (*usefulness*).

Manfaat

Manfaat atau *perceived of usefulness* merupakan salah satu konstruk inti dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis (1989) menjabarkan definisi manfaat penggunaan dalam artikelnya yang berbunyi '*Perceived usefulness is defined here as 'the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance'*', dapat diartikan manfaat penggunaan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem informasi mampu meningkatkan kinerja atau produktivitas kerjanya.

Venkatesh & Davis (2000) menegaskan bahwa persepsi manfaat terbentuk melalui interaksi antara pengalaman penggunaan, kualitas hasil kerja, relevansi sistem dengan tugas, serta dorongan sosial dari lingkungan pengguna. Dengan demikian, manfaat menjadi faktor kritis yang mendorong penerimaan teknologi karena pengguna cenderung mempertahankan penggunaan teknologi yang terbukti memberi dampak positif terhadap kinerja mereka.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan secara singkat diartikan Rusydi (2017) sebagai upaya pemenuhan sesuatu. Sasongko (2017) lebih lengkap menggambarkan kepuasan sebagai perasaan senang yang dialami seseorang karena kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi. Kemudian kepuasan dalam konteks pelanggan atau disebut kepuasan pelanggan dideskripsikan sebagaimana seorang pelanggan merasa puas. Setyowati dan Respati (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bentuk persepsi mengenai sejauh mana kinerja sistem mampu memenuhi ekspektasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

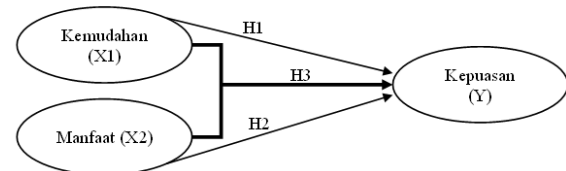
Menurut Tjiptono (2015), kepuasan pelanggan merupakan kondisi emosional yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya. Tingkat kepuasan tersebut sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelanggan menilai kesesuaian antara persepsi mereka terhadap kinerja produk (*perceived performance*) dan harapannya. Ketika kinerja produk berada di bawah ekspektasi, pelanggan cenderung merasa tidak puas.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kepuasan atau *satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap

kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.

MODEL PENELITIAN

Struktur model penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5. Model Penelitian
Sumber: Data diolah, 2025

HIPOTESIS PENELITIAN

- H₁ : Kemudahan pengguna berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan aplikasi BRImo pada mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- H₂ : Manfaat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan aplikasi BRImo pada mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- H₃ : Kemudahan Pengguna dan Manfaat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi BRImo pada mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah eksplanatori, penelitian yang menguji hipotesis dengan memperhatikan sebab akibat yang di timbulkan serta hubungan antara variabel di dalam penelitian tersebut.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan mahasiswa/i Program Studi Administrasi Bisnis dan Program Studi Manajemen pada Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Populasi

Mahasiswa pengguna aplikasi BRImo di ULM Banjarmasin yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya adalah populasi pada penelitian ini. Berusia diatas 17 tahun dan pengguna aktif BRImo minimal 6 bulan.

Sampel

Jumlah pengguna aplikasi BRImo di ULM Banjarmasin tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Z berdasarkan derajat kepercayaan 95%

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpja (0,10) atau *sampling error* = 10%

Diperoleh jumlah sampel berjumlah 96, dan dibulatkan menjadi 100 untuk menghindari terjadinya kuesioner yang tidak terisi, sampel data yang tidak sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan dan untuk mengestimasi kesalahan.

Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-probability sampling. Dalam *non-probability* sampling ini menggunakan Sampling Insidental.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner disebarakan secara daring melalui *platform Google Forms* untuk memudahkan proses pengumpulan data. Selain itu, penyebaran kuesioner juga dilakukan secara luring kepada responden guna meningkatkan tingkat partisipasi dan memastikan jumlah data yang terkumpul sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Sugiyono (2021:234) kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data menggunakan cara memberi seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menganalisis data kuantitatif dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Teknik Analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda, yang meliputi beberapa tahap analisis, yaitu Analisis Statistik Deskriptif, Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas). Selanjutnya pengujian hipotesis

dilakukan dengan Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F), serta perhitungan Koefisien Determinasi.

HASIL PENELITIAN

Profil responden

Penelitian ini melibatkan 100 orang responden yang merupakan pengguna aplikasi BRImo yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Berdasarkan karakteristik demografis, mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebesar 64%. Didominasi oleh rentang usia 21-25 tahun sebesar 69%, ini terjadi karena termasuk dalam kategori usia produktif dan aktif dalam memanfaatkan teknologi digital. Kelompok usia tersebut merupakan generasi yang terbiasa menggunakan smartphone dan layanan perbankan digital untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Mayoritas responden berdomisili di Banjarmasin Utara dengan nilai 64% kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor lokasi kampus dan lingkungan tempat tinggal mahasiswa yang banyak berada di wilayah tersebut, sehingga penggunaan aplikasi BRImo lebih dominan pada mahasiswa yang berdomisili di Banjarmasin Utara. Berdasarkan asal fakultas responden didominasi oleh FISIP dengan 38%.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Pengguna

Butir	Rata-Rata	Kategori
X1.1	4,39	Sangat Baik
X1.2	4,12	Baik
X1.3	4,32	Sangat Baik
X1.4	4,02	Baik
X1.5	4,04	Baik
X1.6	4,33	Sangat Baik
X1.7	4,55	Sangat Baik
X1.8	4,29	Sangat Baik
X1.9	4,35	Sangat Baik
X1.10	4,14	Baik
Rata-Rata	4,26	Sangat Baik

Berdasarkan hasil analisis, statistik deskriptif dari variabel kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memperoleh nilai skor rata-rata sebesar 4,26 yang dapat diklasifikasikan dalam kategori sangat baik. Perolehan angka tersebut mengindikasikan bahwa para responden merasakan tingkat kemudahan yang sangat tinggi serta kenyamanan yang optimal saat mengoperasikan layanan mobile banking yang diteliti. Secara lebih spesifik, mayoritas responden memberikan penilaian positif bahwa aplikasi BRImo menyajikan desain antarmuka atau tampilan yang sangat intuitif dan mudah dipahami, ketersediaan fitur-fitur yang praktis serta sederhana untuk dieksekusi, hingga alur proses transaksi keuangan yang dinilai efisien dan mudah dikendalikan

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Manfaat

Butir	Rata-Rata	Kategori
X2.1	4,39	Sangat Baik
X2.2	4,12	Baik

X2.3	4,32	Sangat Baik
X2.4	4,02	Baik
X2.5	4,04	Baik
X2.6	4,33	Sangat Baik
X2.7	4,55	Sangat Baik
X2.8	4,29	Sangat Baik
X2.9	4,35	Sangat Baik
X2.10	4,14	Baik
Rata-Rata	4,20	Sangat Baik

Variabel manfaat memperoleh skor rata-rata sebesar 4,20 dan diklasifikasikan dalam kategori sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat sebagai pengguna aplikasi BRImo merasakan manfaat yang tinggi dalam penggunaan layanan mobile banking tersebut. Mayoritas responden menilai bahwa BRImo mampu membantu aktivitas keuangan menjadi lebih efektif, efisien, praktis, dan mudah dilakukan kapan saja.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Butir	Rata-Rata	Kategori
Y1	4,41	Sangat Baik
Y2	4,22	Sangat Baik
Y3	4,24	Sangat Baik
Y4	4,26	Sangat Baik
Y5	4,01	Baik
Y6	4,22	Sangat Baik
Y7	4	Baik
Y8	4,15	Baik
Y9	4,02	Baik
Y10	4,06	Baik
Rata-Rata	4,19	Baik

Variabel kepuasan pelanggan memperoleh skor rata-rata sebesar 4,19 dan diklasifikasikan dalam kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat sebagai pengguna aplikasi BRImo merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi mobile banking tersebut. Mayoritas responden menilai bahwa BRImo mampu menyediakan informasi transaksi yang lengkap dan akurat, memiliki kecepatan akses yang baik, serta dapat diandalkan dalam mendukung berbagai aktivitas perbankan.

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig.	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,808	0,196	0,000	valid
	X1.2	0,729	0,196	0,000	valid
	X1.3	0,377	0,196	0,000	valid
	X1.4	0,762	0,196	0,000	valid
	X1.5	0,821	0,196	0,000	valid
	X1.6	0,725	0,196	0,000	valid
	X1.7	0,706	0,196	0,000	valid
	X1.8	0,752	0,196	0,000	valid
	X1.9	0,824	0,196	0,000	valid
	X1.10	0,829	0,196	0,000	valid
Manfaat (X2)	X2.1	0,747	0,196	0,000	valid
	X2.2	0,831	0,196	0,000	valid
	X2.3	0,833	0,196	0,000	valid
	X2.4	0,814	0,196	0,000	valid
	X2.5	0,710	0,196	0,000	valid
	X2.6	0,741	0,196	0,000	valid
	X2.7	0,63	0,196	0,000	valid
	X2.8	0,759	0,196	0,000	valid

Kepuasan (Y)	X2.9	0,847	0,196	0,000	valid
	X2.10	0,838	0,196	0,000	valid
	Y1	0,803	0,196	0,000	valid
	Y2	0,723	0,196	0,000	valid
	Y3	0,756	0,196	0,000	valid
	Y4	0,791	0,196	0,000	valid
	Y5	0,715	0,196	0,000	valid
	Y6	0,807	0,196	0,000	valid
	Y7	0,806	0,196	0,000	valid
	Y8	0,743	0,196	0,000	valid
	Y9	0,791	0,196	0,000	valid
	Y10	0,840	0,196	0,000	valid

Data pada tabel uji validitas di atas menunjukkan bahwa seluruh butir pada variabel Kemudahan Pengguna (X1), Manfaat (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai r hitung $> 0,196$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Dengan itu, setiap butir pernyataan telah memenuhi kriteria validitas sehingga layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

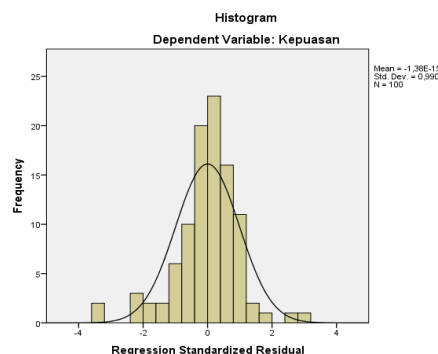
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,905	Reliabel
Manfaat (X2)	0,927	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,927	Reliabel

Seluruh nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas $> 0,6$ yang berarti bahwa alat ukur yang digunakan reliabel. Alat ukur akan tetap mendapatkan pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulangi kembali.

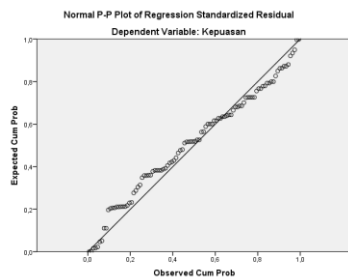
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Normalitas data dibuktikan dengan hasil-hasil berikut:


Gambar 6. Hasil Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan hasil pengujian, data penelitian tampak membentuk pola kurva lonceng terbalik dan menyebar memenuhi garis diagonalnya, yang secara statistik membuktikan bahwa seluruh data telah berdistribusi secara normal. Selain menggunakan visualisasi histogram tersebut, terdapat pula metode alternatif lain untuk memperkuat uji asumsi klasik ini, yakni dengan menggunakan analisis normal probability plot (P-Plot).



Gambar 7. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Hasil uji normalitas p-plot menunjukkan pola distribusi data mengikuti garis diagonal yang mengindikasikan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi. Untuk memperkuat pengujian normalitas data, maka dilakukan uji statistik menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,03872001
Most Extreme Differences	Absolute		,104
	Positive		,078
	Negative		-,104
Test Statistic			1,043
Asymp. Sig. (2-tailed)			,227
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Hasil pengujian normalitas one sample kolmogorov-smirnov menunjukkan bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) ialah sebesar 0,227. Nilai tersebut telah berada di atas ambang batas 0,05 yang berarti telah memenuhi sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

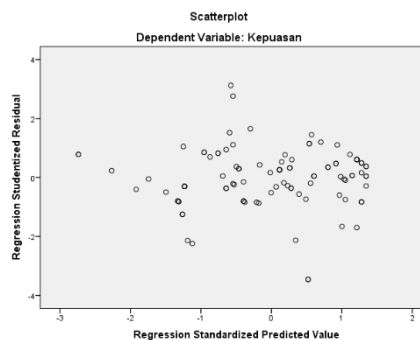
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a		t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model	Unstand. Coefficients	Stand. Coefficients				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,025	2,490		-,010	,992		
Kemudahan	,358	,085	,313	4,206	,000	,447	2,240
Manfaat	,620	,075	,614	8,263	,000	,437	2,240
a. Dependent Variable: Kepuasan							

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, diperoleh bahwa variabel Kemudahan Pengguna (X1) dan Manfaat (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,447 dan VIF (Variance Inflation Factor) sebesar 2,240. Nilai Tolerance di atas 0,10 serta VIF di bawah 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik data atau sebaran data tidak membentuk pola tertentu serta berada secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini. Berikut merupakan gambar hasil uji heteroskedastisitas.



Gambar 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)		-,025	2,490	-,010	,992
Kemudahan		,358	,085	,313	4,206
Manfaat		,620	,075	,614	8,263
a. Dependent Variable: Kepuasan					

Dengan melihat nilai-nilai pada kolom *Unstandardized Coefficients Beta* (B) pada tabel di atas, diperoleh :

$$Y = -0,025 + 0,358X_1 + 0,620X_2$$

Berdasarkan dari persamaan regresi tersebut terdapat beberapa hal yang dapat diinterpretasikan, antara lain:

1. Nilai konstanta memperoleh nilai sebesar -0,025 yang berarti jika seluruh variabel bebas (kemudahan dan manfaat) bernilai 0 maka variabel terikat (kepuasan) nilainya -0,025.
2. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (X1) memperoleh nilai sebesar 0,358 yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kemudahan akan mempengaruhi kepuasan sebesar 0,358 .
3. Nilai koefisien regresi variabel manfaat (X2) memperoleh nilai sebesar 0,620 yang menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki hubungan positif terhadap kepuasan. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel manfaat akan mempengaruhi kepuasan sebesar 0,620.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sedangkan nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Adapun hasil uji t (parsial) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Std. Error		
1 (Constant)	-		2,490		
Kemudahan	,025			-,010	,992
Manfaat	,358	,313	,085	4,206	,000
	,620	,614	,075	8,263	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.13 pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemudahan pengguna berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan aplikasi BRImo pada Mahasiswa ULM. (H1). Nilai t_{hitung} sebesar 4,206 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis pertama (H1) diterima yang berarti Kemudahan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan.
2. Manfaat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan aplikasi BRImo pada mahasiswa ULM (H2). Nilai t_{hitung} sebesar 8,263 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua (H2) diterima yang berarti manfaat memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2906,042	2	1453,021	154,180	,000 ^b
Residual	914,148	97	9,424		
Total	3820,190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan

Nilai f_{hitung} 154.180 > f_{tabel} 3,09 dan nilai signifikan untuk pengaruh kemudahan pengguna (X1) dan manfaat (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, dimana variabel independen kemudahan pengguna (X1) dan manfaat (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut merupakan koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,872 ^a	,761	,756	3,070

a. Predictors: (Constant), Manfaat, Kemudahan

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa:

1. Nilai R sebesar 0,872 atau 87,2% adalah koefisien korelasi yang menunjukkan tingkat pengaruh antar variabel Kemudahan (X1) dan Manfaat (X2) dengan variabel Kepuasan (Y).
2. Nilai R Square sebesar 0,761 memperlihatkan bahwa variabel independen yang diambil pada penelitian ini yaitu Kemudahan Pengguna (X1) dan Manfaat (X2) memiliki tingkat hubungan yang kuat terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sebesar 76,1% yang berada pada rentang 0,600 – 0,799.
3. Nilai Adjusted R Square model regresi ini adalah sebesar 0,756 atau 75,6% yang menunjukkan bahwa variasi atau naik-turunnya variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel Kemudahan Pengguna (X1) dan Manfaat (X2) sebesar 75,6% yang berada pada rentang 0,600 – 0,799 yang artinya memiliki hubungan yang kuat.

PEMBAHASAN HASIL

Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Brimo Pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

Berdasarkan pengujian hipotesis (H1) menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Serta berdasarkan uji koefisien menunjukkan bahwa jika kemudahan pengguna meningkat, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Artinya, data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi BRImo memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat.

Adapun pola pengaruh kemudahan pengguna terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi BRImo.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa indikator dengan nilai relatif lebih rendah, seperti kemudahan dalam mengendalikan setiap proses transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum BRImo sudah mudah digunakan, masih terdapat aspek teknis tertentu yang dapat ditingkatkan agar pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri saat melakukan transaksi

Pengaruh Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Brimo Pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

Berdasarkan pengujian hipotesis (H2) menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan. Serta

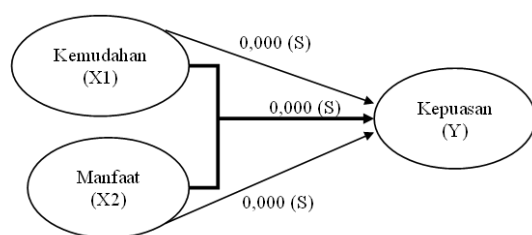
berdasarkan uji koefisien menunjukkan bahwa jika manfaat meningkat, maka kepuasan akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan BRImo memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan tingkat kepuasan.

Pola pengaruh yang ditunjukkan adalah positif, yang berarti semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi BRImo. Meskipun demikian, terdapat indikator dengan nilai relatif lebih rendah, seperti kemudahan dalam membayar berbagai tagihan tanpa keluar rumah.

Pengaruh Kemudahan Pengguna Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Brimo Pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

Berdasarkan pengujian hipotesis (H3) menunjukkan bahwa variabel kemudahan pengguna dan manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa pengguna aplikasi BRImo. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis diterima. Tingkat pengaruh yang ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variasi kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan dan manfaat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat sebagai pengguna aplikasi BRImo tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan kombinasi dari kemudahan dalam penggunaan aplikasi serta manfaat yang dirasakan dalam aktivitas keuangan sehari-hari.



Gambar 9. Model Akhir Penelitian

Sumber: Data diolah, 2026

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan dalam memperoleh data pengguna aplikasi *mobile banking* secara spesifik di wilayah Kota Banjarmasin karena terbatasnya akses terhadap data pengguna resmi dari PT Bank Rakyat Indonesia KCP Banjarmasin. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa ULM Banjarmasin sehingga hasil penelitian belum dapat

digeneralisasikan pada wilayah atau kelompok pengguna lain yang memiliki karakteristik berbeda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel Kemudahan Pengguna dan Manfaat terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi BRImo pada Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis merumuskan beberapa saran di antaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa, agar dapat memperkaya kajian teoritis dengan mengakses literatur yang lebih luas dan relevan. Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengembangkan objek dan lokasi penelitian yang berbeda guna memperoleh hasil yang lebih generalis dan representatif. Penambahan variabel seperti promosi, keamanan dan kualitas pelayanan.
2. Untuk meningkatkan kemudahan aplikasi Mobile Banking BRI, Berdasarkan hasil penelitian, nilai terendah terdapat pada item X1.4 dengan mean 4,02 terkait kemudahan dalam membatalkan atau mengubah kesalahan input. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tersebut masih perlu dievaluasi. Oleh karena itu, Bank BRI disarankan untuk menyempurnakan fitur koreksi transaksi agar lebih cepat, jelas, dan mudah digunakan. Di sisi lain, nilai tertinggi terdapat pada item X1.7 dengan mean 4,55 terkait fleksibilitas penggunaan BRImo dalam berbagai transaksi. Oleh karena itu, Bank BRI perlu mempertahankan konsistensi dan kualitas fitur tersebut agar tetap memenuhi kebutuhan pengguna.
3. Untuk meningkatkan aspek manfaat perlu dipertahankan dan dioptimalkan berdasarkan nilai terendah terdapat pada item X2.4 dengan mean 4,02 terkait peningkatan produktivitas pengguna, sehingga masih perlu dilakukan pengembangan agar manfaat yang dirasakan lebih optimal. Oleh karena itu, Bank BRI disarankan untuk meningkatkan efisiensi fitur dan

menyesuakannya dengan kebutuhan pengguna. Sementara itu, nilai tertinggi terdapat pada item X2.7 dengan mean 4,55 terkait kemudahan pembayaran berbagai tagihan. Hal ini perlu dipertahankan dengan menjaga kecepatan, kemudahan akses, dan keandalan sistem pembayaran.

4. Untuk meningkatkan kepuasan, berdasarkan nilai terendah terdapat pada item Y7 dengan mean 4,00 terkait pengalaman penggunaan yang belum sepenuhnya melebihi harapan pengguna. Oleh karena itu, Bank BRI perlu meningkatkan kualitas layanan dan inovasi fitur agar pengalaman pengguna menjadi lebih baik. Di sisi lain, nilai tertinggi terdapat pada item Y1 dengan mean 4,41 terkait kelengkapan dan akurasi informasi saldo serta riwayat transaksi. Hal ini perlu dipertahankan dengan menjaga keakuratan informasi dan kualitas tampilan aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atqiya, N. F., & Sutisna, Ma'mun. (2025). Pengaruh Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Human Capital Management Information System (HCMIS). *INFORMASI Jurnal Informatika dan Sistem Informasi*, 17(1), 129-140. <https://doi.org/10.37424/informasi.v17i1.378>
- Databoks. (2025, Oktober 6). *Indonesian e-money shopping transactions rise until July 2025, surpassing ATM and credit cards*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/210591/indonesian-e-money-shopping-transactions-rise-until-july-2025-surpassing-atm-and-credit-cards>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, *Perceived Ease of Use*, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- GoodStats. (2022, Juli 10). *Aplikasi mobile banking paling banyak digunakan masyarakat Indonesia 2022*. <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah Pengalaman-Pengalaman*. Bhakti Profesindo.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27-39.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Seventeenth edition.US. Pearson Education
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, T., Umari, Z. F., & Zahrani, S. (2025). Pengaruh manfaat dan kemudahan KTM plus ATM terhadap keputusan mahasiswa dalam bertransaksi perbankan. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 265-277. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i1.5777>
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen pemasaran*. Mitra Wacana Media.
- Putri, A., & Nugraha, D. (2021). Analisis Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo di Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(3), 210-222.
- Rahmawati, S. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna *Mobile Banking* BCA di Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(2), 45-54.
- Rusydi, A. (2017). *Manajemen pemasaran*. Alfabeta.
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen. Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Setyowati, E. O. T., & Respati, A. D. (2017). Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, computer self efficacy, dan kepuasan pengguna sistem informasi akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 13(1), 63-75. <https://doi.org/10.21460/jrak.2017.131.281>
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.)*. Pearson Education.
- Sugiyono, (2023). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi ke-4). Penerbit Andi
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Ed. 1). Penerbit Andi
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). *Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Intervention*. *Decision Science*, 39(2), 273-315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F.D. (2000). A Theoretical Extension of the *Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wijatmiko, N. A. P., Mirati, R. E., & Purwaningrum, E. (2025). Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, dan kualitas layanan pada mobile

banking BRIMO terhadap kepuasan pengguna.
*Indonesian Journal of Economy, Business,
Entrepreneurship and Finance*, 5(1), 48–60.
<https://doi.org/10.53067/ijebe.v5i1.222>

Zulkarnain, M., Marina, A., Jumriatunisah, N., Kunio,
N. I. H. (2023). Pengaruh Kemudahan,
Ketersediaan Fitur dan Manfaat terhadap
Kepuasan Pengguna Pengguna BSI Mobile di
Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang. *J-EBIS:
Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(2), 267-284.
<https://doi.org/10.32505/j-ebis.v8i2.7036>