

ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING BRIMO DAN LIVIN' BY MANDIRI TERHADAP KEBUTUHAN NASABAH

Laily Riza Al-Ahadiyah
lailyriza@student.ub.ac.id
Universitas Brawijaya

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has driven the banking industry to innovate in delivering fast and efficient services. Mobile banking has emerged as a preferred solution, especially among university students who require practical and flexible financial services. This study aims to compare the service quality of two leading mobile banking applications in Indonesia BRImo by BRI and Livin' by Mandiri and to analyze their influence on the needs of student. A quantitative approach was employed using a survey method. A sample of 120 respondents was selected through purposive sampling, and data were collected via online questionnaires distributed through social media. The data were analyzed using multiple linear regression with the Ordinary Least Square (OLS) method. The findings reveal that ease of use, security, transaction speed, service features, and service quality all have a positive and significant effect on the needs of student users. Both BRImo and Livin' by Mandiri offer high-quality services, but differences exist in how users perceive their performance. These findings imply that banks must continuously improve their digital service quality to meet the expectations of customers, particularly the younger generation who actively use mobile banking platforms.

Keywords: *Mobile Banking, Service Quality, Brimo, Livin' By Mandiri, Customer Needs, University Students.*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong industri perbankan untuk berinovasi dalam memberikan layanan yang cepat dan efisien. Mobile banking menjadi salah satu solusi yang banyak digunakan masyarakat, terutama kalangan mahasiswa yang membutuhkan layanan praktis dan fleksibel. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas layanan dua aplikasi mobile banking terpopuler, yaitu BRImo dari BRI dan Livin' by Mandiri, serta menganalisis pengaruhnya terhadap kebutuhan nasabah mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel diambil sebanyak 120 responden menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang disebarluaskan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan metode Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi, fitur layanan, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebutuhan nasabah mahasiswa. BRImo dan Livin' by Mandiri keduanya memberikan layanan yang baik, namun terdapat perbedaan dalam persepsi kualitas oleh pengguna. Temuan ini memberikan implikasi bahwa bank perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital mereka agar mampu memenuhi ekspektasi nasabah, khususnya generasi muda yang menjadi pengguna aktif layanan mobile banking. **Kata Kunci:** *Mobile Banking, Kualitas Layanan, Brimo, Livin' By Mandiri, Kebutuhan Nasabah, Mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini (Maski, 2010). Dengan adanya pertumbuhan teknologi pelayanan bank dituntut dapat lebih cepat untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan proses bertransaksi. Oleh karena itu pihak bank mengeluarkan transaksi melalui mobile banking (m-banking) dan electronic banking (e-banking). Masyarakat akan lebih banyak

memilih transaksi melalui m-banking dan e-banking dikarenakan dengan layanan tersebut akan lebih mudah digunakan tanpa harus datang langsung ke kantor bank (Ningrum et al., 2021). Minat penggunaan m-banking disebabkan oleh penggunaannya yang cepat dan efisien selain itu faktor keamanan juga menjadi salah satu alasan nasabah menggunakan layanan tersebut.

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat peningkatan yang sangat signifikan dalam penggunaan mobile banking dan internet banking. Transaksi melalui kedua layanan tersebut mengalami pertumbuhan yang luar biasa, dengan peningkatan lebih dari 30% dari tahun 2016 hingga Agustus 2021. Deputi Komisioner Pengawasan Perbankan juga mencatat bahwa penggunaan internet banking meningkat sebesar 50%. Survei yang dilakukan oleh OJK juga mengungkapkan bahwa transaksi uang elektronik mengalami peningkatan sebesar 47% selama periode 2015-2020, meningkat dari 5,28 triliun menjadi 204,9 triliun. Hal ini juga tercermin dalam peningkatan jumlah pemilik rekening, yang mencapai 337 juta pada tahun 2020 (Susilo et al., 2021).

Industri perbankan di Indonesia saat ini sedang bersaing untuk menghadirkan inovasi-inovasi baru yang dapat mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu inovasi yang mereka tawarkan adalah produk mobile banking yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara online melalui smartphone mereka. Bank Rakyat Indonesia (BRI) menghadirkan aplikasi mobile banking bernama BRImo. Selain itu, Bank Mandiri juga memiliki platform mobile banking bernama Livin' by Mandiri. Kedua layanan ini memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening mereka dan melakukan berbagai jenis transaksi perbankan dengan mudah melalui perangkat smartphone mereka.

Data mengenai penggunaan aplikasi mobile banking dari berbagai bank di Indonesia telah diurutkan berdasarkan jumlah unduhan terbanyak di Google Play Store pada tahun 2022, seperti yang tertera di bawah ini:

Tabel 1 Data unduhan Google Play Store 2022

No	Nama Bank	Mobile Banking	Jumlah Pengguna
1	Bank Central Asia (BCA)	BCA Mobile	18,6 juta
2	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	BRImo	14,15 juta
3	Bank Negara Indonesia (BNI)	BNI Mobile	9,9 juta
4	Bank Mandiri	Livin by Mandiri	9,8 juta
5	Bank Tabungan Negara (BTN)	BTN Mobile	1,63 juta

Sumber: *googleplay*

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa Bank Central Asia (BCA) memiliki jumlah pengguna tertinggi dengan 18,6 juta pengguna, diikuti oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan 14,15 juta pengguna. Bank Negara Indonesia (BNI) memiliki 9,9 juta pengguna, Bank Mandiri memiliki 9,8 juta pengguna, dan Bank Tabungan Negara (BTN) memiliki 1,63 juta pengguna mobile banking.

Sementara itu berdasarkan survei Kata Data juga menghasilkan laporan yang sama. BCA mobile berada di posisi paling atas dalam hal jumlah pengguna (Annur, 2022). BRImo aplikasi m-banking milik BRI berada pada posisi ke-2 sedangkan Livin' by Mandiri di posisi ke-3.

Pemilihan perbandingan antara peringkat ke-2 (BRImo) dan peringkat ke-3 (Livin' by Mandiri) dilakukan karena keduanya berada dalam posisi yang berdekatan dalam hal jumlah pengguna. Dengan kata lain, peringkat kedua dan ketiga menunjukkan popularitas yang hampir setara di kalangan responden survei. Oleh karena itu, perbandingan ini memberikan wawasan yang menarik dalam mengevaluasi kualitas layanan Mobile Banking Brimo dan Livin' Mandiri, karena keduanya berada dalam persaingan yang dekat dalam hal preferensi nasabah. Teori preferensi menurut Philip Kotler yaitu konsumen membuat keputusan

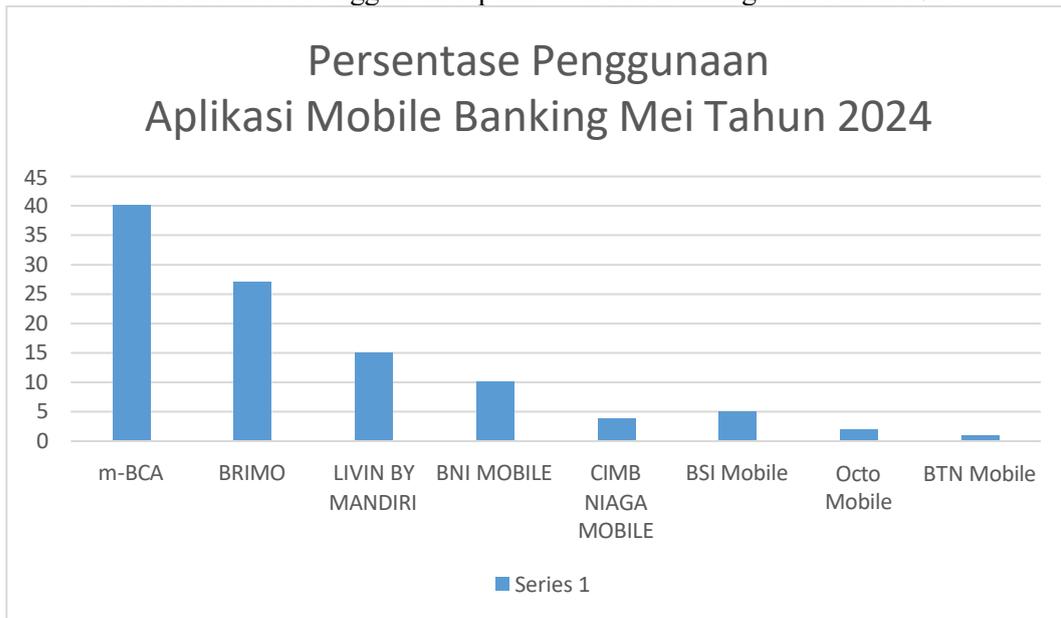
berdasarkan preferensi pribadi mereka terhadap produk atau layanan. Preferensi konsumen ini dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan situasional. Dalam bukunya, Kotler sering menyebutkan bahwa preferensi konsumen terkait dengan konsep kebutuhan, keinginan, dan perilaku pembelian yang berlandaskan pada pengaruh internal dan eksternal (Syam et al., 2022).

Konsep teori preferensi konsumen muncul dari kebutuhan dan keinginan mereka. Kebutuhan merupakan sesuatu yang esensial bagi kelangsungan hidup, sementara keinginan adalah bentuk spesifik dari kebutuhan yang dipengaruhi oleh budaya, lingkungan, dan pengalaman pribadi. Preferensi konsumen adalah bagaimana mereka memprioritaskan keinginan ini dan memilih produk atau layanan yang paling sesuai. Konsumen memilih produk berdasarkan preferensi mereka setelah melalui proses keputusan pembelian. Proses ini melibatkan lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Preferensi konsumen berperan besar dalam tahap evaluasi alternatif, di mana konsumen membandingkan berbagai pilihan berdasarkan preferensi mereka terhadap kualitas, harga, merek, dan faktor lain.

Menurut Kotler, perusahaan harus memahami perbedaan preferensi antar segmen pasar. Setiap segmen memiliki preferensi yang berbeda terhadap produk atau layanan, sehingga strategi pemasaran yang efektif harus disesuaikan dengan segmen tersebut. Ini dikenal sebagai segmentasi pasar. Perusahaan bisa menggunakan preferensi konsumen untuk menargetkan segmen yang spesifik dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kotler juga menekankan bahwa preferensi konsumen sering kali berhubungan dengan persepsi mereka terhadap nilai produk. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang mereka anggap memberikan nilai terbaik, yaitu kombinasi optimal antara kualitas, manfaat, dan harga. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami bagaimana konsumen mengevaluasi nilai untuk membentuk preferensi.

Preferensi konsumen sangat dipengaruhi oleh bagaimana sebuah produk diposisikan di pasar. Kotler menyarankan bahwa perusahaan harus jelas dalam mengkomunikasikan keunikan dan keunggulan produk mereka untuk mempengaruhi preferensi konsumen dan mengarahkan pilihan mereka. Pemosisian produk yang efektif membuat produk lebih menonjol di benak konsumen. Menurut teori preferensi Kotler, konsumen membuat pilihan pembelian berdasarkan berbagai faktor, termasuk kebutuhan, keinginan, persepsi, pengalaman, dan pengaruh sosial. Untuk memaksimalkan peluang sukses, perusahaan harus memahami dan memetakan preferensi ini, serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen. Hal ini melibatkan segmentasi pasar, pemosisian produk, dan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumen (Azizah, 2017).

Tabel 2 Persentase Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Mei Tahun 2024



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/06/03/mobile-banking-yang-paling-diminati-warga-ri-ada-pilihanmu>

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan persaingan ketat dalam sektor perbankan di Indonesia, terdapat tiga layanan mobile banking utama yang menjadi fokus perhatian, yaitu BRImo dari Bank Rakyat Indonesia (BRI), Livin' by Mandiri dari Bank Mandiri, dan BCA Mobile dari Bank Central Asia (BCA). Menurut data diatas dijelaskan bahwa m-BCA berada pada posisi pertama sebanyak 40% diikuti oleh aplikasi BRImo 27% selanjutnya diikuti oleh aplikasi Livin' by mandiri sebanyak 15% selebihnya diikuti oleh BNI Mobile, CIMB Niaga Mobile, BSI Mobile, Octo Mobile dan BTN Mobile. Persaingan ketat antar bank sebagai penyedia layanan ini mencerminkan minat besar nasabah dalam menggunakan mobile banking untuk bertransaksi. Data tersebut diperoleh dari 1.832 responden.

Mahasiswa menjadi salah satu populasi pengguna mobile banking (Nurdin & others, 2020). Dalam era digital ini, di mana teknologi semakin mendominasi hampir semua aspek kehidupan, mahasiswa menjadi salah satu pihak yang sangat responsif terhadap perubahan ini. Mereka cenderung menjadi early adopter terhadap inovasi-inovasi teknologi, termasuk di dalamnya layanan perbankan berbasis mobile. Keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan Mobile Banking Brimo dan Livin' by Mandiri tidak hanya menciptakan peluang bisnis yang lebih besar bagi bank-bank terkait, tetapi juga mengindikasikan tingginya tingkat penerimaan dan kepercayaan terhadap layanan mobile banking ini (Ningrum et al., 2021). Oleh karena itu, memahami tingkat kepuasan dan kebutuhan mahasiswa dalam bertransaksi dengan Brimo dan Livin' by Mandiri menjadi krusial, karena hal ini dapat memberikan pandangan yang lebih baik tentang bagaimana bank-bank tersebut dapat meningkatkan kualitas layanan mereka untuk memenuhi harapan dan kebutuhan mahasiswa sebagai salah satu kelompok yang berpotensi besar dalam penggunaan layanan mobile banking.

Tiap perusahaan akan berusaha meningkatkan laba (Susenohaji & Aisyah, 2013), begitu juga dengan bank. Bank akan berusaha meningkatkan laba dengan memperhatikan kualitas layanannya. Kualitas layanan yang baik tercermin dalam implementasi sistem kolaboratif yang melibatkan peran aktif instansi dalam berbagai tahap (A. I. Pratiwi et al., 2020). Kualitas layanan

tersebut akan memberikan dampak pada kepuasan klien. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas layanan bank terhadap kepuasan nasabah telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021) dan (Nasfi et al., 2020). Penelitian-penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kebutuhan serta kepuasan nasabah. Meskipun demikian penelitian-penelitian tersebut tidak secara spesifik membandingkan dua bank berbeda untuk melihat bank mana yang memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik terhadap kebutuhan nasabah. Bentuk kebaruan dari penelitian penulis ialah bahwa penulis berusaha membandingkan dua bank dalam hal pelayanan yang diberikan serta kebutuhan nasabah sebagai penerima layanan.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis perbandingan kebutuhan nasabah mahasiswa dalam penggunaan layanan Brimo dan Livin' by Mandiri. Hal ini didasarkan pada dua alasan utama. Pertama, mengingat bahwa mahasiswa merupakan salah satu segmen penting dalam masyarakat yang aktif menggunakan layanan mobile banking, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi terhadap kebutuhan mereka dalam menggunakan Brimo dan Livin' by Mandiri menjadi krusial. Kedua, kompetisi antara mobile banking semakin ketat, dan bank-bank berusaha keras untuk menjaga dan menarik lebih banyak nasabah, termasuk di kalangan mahasiswa. BRImo dan Livin' by Mandiri adalah dua platform mobile banking besar yang berhasil memperoleh peringkat tiga besar dalam hal jumlah pengguna layanan tersebut. Dengan memahami perbedaan kebutuhan nasabah mahasiswa terhadap kedua layanan ini, bank BRI dan mandiri maupun bank –bank lainnya dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan merancang strategi yang lebih efektif untuk mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar mereka dalam kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu, penulis melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Mobile Banking Brimo dan Livin' by Mandiri terhadap Kebutuhan Nasabah”.

Kajian Pustaka/ Literature Review

Teori Preferensi Konsumen

Teori Preferensi Konsumen menjelaskan bagaimana konsumen membuat pilihan dan keputusan dalam memilih barang atau layanan berdasarkan preferensi mereka terhadap atribut-atribut tertentu. Teori ini menyatakan bahwa konsumen akan memilih barang atau layanan yang memberikan kepuasan tertinggi sesuai dengan preferensi mereka, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti harga, kualitas, merek, dan faktor-faktor lainnya. Philip Kotler (1973), menekankan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih produk atau layanan yang memberikan nilai tambah tertinggi bagi mereka. Kotler menyatakan bahwa nilai tambah ini dapat berupa kualitas produk, kenyamanan penggunaan, atau citra merek. Pandangan Kotler memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, membantu dalam memahami preferensi nasabah terhadap layanan perbankan digital (Triandewo & Yustine, 2020).

Teori Kurva Indiferen

Teori Kurva Indiferen adalah konsep dalam ekonomi mikro yang digunakan untuk menggambarkan preferensi konsumen terhadap kombinasi dua barang atau layanan. Kurva Indiferen menunjukkan berbagai kombinasi barang atau layanan yang memberikan tingkat kepuasan yang sama bagi konsumen. Konsumen dianggap memiliki preferensi yang konsisten terhadap kedua barang tersebut, yang berarti mereka tidak memiliki preferensi yang jelas terhadap salah satu barang tersebut. Kotler (1973) memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen, termasuk preferensi terhadap layanan perbankan digital (Rio & Firza, 2021).

Teori Utilitas

Teori utilitas mengukur tingkat kepuasan konsumen secara numerik. Konsep utilitas diasumsikan sebagai fungsi dari jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi. Dalam hal ini, nasabah akan memilih kombinasi layanan mobile banking yang memberikan utilitas maksimum bagi mereka. Menurut Friedman (1953), teori utilitas adalah kerangka kerja yang berguna untuk menganalisis perilaku konsumen. Dengan menggunakan teori utilitas, maka dapat memprediksi bagaimana nasabah akan memilih layanan mobile banking berdasarkan preferensi mereka. Hicks (1939) juga menekankan pentingnya teori utilitas dalam memahami perilaku konsumen. Menurutnya, konsumen akan memilih kombinasi barang dan jasa yang memberikan utilitas marginal yang sama untuk setiap rupiah yang mereka keluarkan. Berdasarkan teori ini, maka nasabah akan memilih layanan yang memberikan nilai tambah terbesar bagi setiap unit uang yang mereka keluarkan, seperti kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan fitur-fitur tambahan (Triandewo & Yustine, 2020).

Teori Preferensi Terungkap

Teori preferensi terungkap adalah pendekatan yang menganalisis preferensi konsumen berdasarkan pilihan yang mereka buat di pasar. Pendekatan ini tidak memerlukan informasi langsung tentang preferensi konsumen, melainkan menggunakan data tentang pembelian dan harga untuk membuat inferensi tentang preferensi mereka. Menurut Samuelson (1938), teori preferensi terungkap adalah alat yang berguna untuk mempelajari preferensi konsumen tanpa harus menanyakan langsung kepada mereka. Dengan menggunakan data tentang pembelian dan harga, kita dapat membuat inferensi tentang preferensi nasabah terhadap layanan mobile banking Brimo dan Livin' by Mandiri. McFadden (1974) juga menekankan pentingnya teori preferensi terungkap dalam memahami perilaku konsumen. Konsumen akan memilih kombinasi barang dan jasa yang memaksimalkan utilitas mereka, yang tercermin dalam pilihan mereka di pasar. Hal ini berarti nasabah akan cenderung memilih layanan yang memberikan nilai tambah terbesar bagi mereka, seperti kemudahan akses, keamanan transaksi, dan fitur-fitur inovatif (Septiani et al., 2020).

Teori Atribut Produk

Atribut produk adalah karakteristik produk yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen, seperti kualitas, harga, fitur, dan lain-lain. Menurut Lancaster (1966), konsumen memilih produk berdasarkan atribut-atributnya. Kotler (2003) juga menekankan pentingnya pemahaman atas atribut produk dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Atribut-atribut seperti kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, ketersediaan fitur-fitur tambahan seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, dan layanan pelanggan yang responsif dapat mempengaruhi pelanggan dalam menggunakan layanan mobile banking. Teori atribut produk juga memungkinkan bank untuk membedakan diri dari pesaing dengan menawarkan atribut-atribut unik atau keunggulan kompetitif dalam layanan mobile banking mereka. Misalnya, bank dapat fokus pada pengembangan fitur-fitur inovatif yang belum ditawarkan oleh pesaing atau meningkatkan kualitas layanan pelanggan untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada nasabah. (Subagiyo & Indah, 2021).

METODE PENELITIAN

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Brawijaya yang menggunakan kedua aplikasi baik Brimo maupun Livin' Mandiri. Menurut Campbell (2020), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti akan menggunakan Teknik Non Probability Sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur

atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Pengambilan sampel ini menggunakan rumus Roscoe. Campbell (2020) menyebutkan rumus Roscoe memiliki kriteria ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang sesuai untuk penerapan rumus Roscoe berkisar antara 30 sampai 500.
- b. Jika sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria dan wanita, dll.), maka jumlah anggota sampel dalam setiap kategori setidaknya 30.
- c. Jika dalam penelitian akan dilakukan analisis multivariat, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Contohnya, jika terdapat 5 variabel penelitian (4 variabel bebas dan 1 variabel terikat), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, jika menggunakan kontrol eksperimen yang ketat, maka jumlah anggota sampel masing-masing berkisar antara 10 sampai 20.

Penelitian ini termasuk dalam analisis multivariat. Dengan demikian jumlah anggota sampel penelitian ini yaitu sepuluh kali jumlah variabel independen dan variabel dependen. Jumlah variabel independen pada penelitian ini ada 5, ditambah jumlah variabel dependen pada penelitian ini ada 1 sehingga total variabel pada penelitian ini yaitu 6. Maka dengan menggunakan rumus Roscoe, penulis memutuskan untuk mengambil jumlah responden sebagai berikut:

$$R = n \times < 10$$

$$R = 6 \times 20$$

$$R = 120$$

Keterangan:

N = jumlah variabel

<10 = dikalikan minimal 10 (penulis mengambil nilai 20)

Demi meningkatkan tingkat representasi populasi dan akurasi hasil penelitian, peneliti memutuskan untuk menggunakan nilai 20 sebagai pengali jumlah variabel agar dapat memperoleh jumlah responden lebih dari 100. Berdasarkan perhitungan rumus Roscoe, maka diperoleh jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden yang mana melebihi batas minimum 30 sampel yang ditetapkan oleh Roscoe dan masih jauh di bawah batas maksimum 500 sampel.

Penelitian ini mengandalkan dua jenis sumber data, yaitu data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden, serta data sekunder yang diperoleh dari jurnal internasional, literatur, dan sumber online yang relevan dengan topik penelitian. Metode pengumpulan data melibatkan survei literatur untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner disebar melalui media online seperti Line, WhatsApp, dan Instagram, dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu yang relevan dengan penelitian (Campbell et al., 2020).

Pada tahap analisis, penelitian ini menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) untuk mengukur variabel independen (kemudahan penggunaan, Keamanan (security), kecepatan transaksi, fitur layanan, kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kebutuhan nasabah mahasiswa). Persamaan OLS digunakan untuk menentukan koefisien regresi variabel independen terhadap variabel dependen (Leng et al., 2007). Dasar keputusan analisis jalur digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menandakan pengaruh yang signifikan, sedangkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 menandakan pengaruh yang tidak signifikan.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala likert dalam penelitian ini berbentuk skala ordinal. Dalam menggunakan analisis regresi linier ataupun ordinary least square, syarat pertama yang harus dipenuhi adalah data yang akan digunakan harus berskala interval dan rasio. Akan tetapi, jika data berskala ordinal tetapi dipaksakan menggunakan analisis regresi linier, maka akan diperoleh koefisien korelasi yang kecil dan tidak dapat memenuhi syarat sebagaimana yang diharuskan dalam model regresi, yaitu model fit, sehingga peneliti akan keliru dalam melakukan interpretasi dari model regresi tersebut.

Untuk mengatasi masalah tersebut, terdapat dua solusi yang dapat dilakukan. Pertama, dengan tetap menggunakan data ordinal namun mengganti teknik analisis datanya. Dalam menggunakan analisis regresi linier, peneliti bisa menggunakan teknik analisis lain yang lebih sesuai untuk data ordinal, seperti regresi logistik ordinal atau metode non-parametrik. Kedua, dengan mentransformasi data dari ordinal menjadi interval agar analisis regresi linier dapat digunakan (Campbell et al., 2020). Dalam penelitian ini, digunakan metode transformasi data dari ordinal menjadi interval yaitu metode suksesif interval.

Metode suksesif interval (MSI) merupakan proses mengubah data ordinal menjadi data interval. Proses ini dimulai dengan mengumpulkan data ordinal dan menghitung frekuensi setiap kategori. Selanjutnya, distribusi kumulatif dan proporsi kumulatif dihitung. Proporsi kumulatif ini kemudian dikonversi ke nilai Z dari distribusi normal standar. Nilai Z yang diperoleh diubah menjadi skala interval yang diinginkan, menghasilkan data interval yang dapat digunakan dalam analisis regresi linier ataupun Ordinary Least Square (Campbell et al., 2020). Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini adalah metode

Ordinary Least Square dengan persamaan sebagai berikut:

Persamaan Ordinary Least Square yang digunakan yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Keterangan

Y: Kebutuhan Nasabah Mahasiswa

a: Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅: Koefisien regresi variabel independen

X₁: Kemudahan Penggunaan

X₂: Keamanan (Security)

X₃: Kecepatan Transaksi

X₄: Fitur Layanan

X₅: Kualitas Layanan

e: Koefisien error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses untuk menilai validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas mencerminkan konsistensi hasil pengukuran. Melalui uji ini, peneliti memastikan bahwa instrumen dapat memberikan data yang akurat dan dapat dipercaya. Berikut merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini :

Uji validitas

Uji validitas adalah proses untuk menentukan sejauh mana alat ukur benar-benar mengukur konsep yang dimaksud. Validitas dapat dibagi menjadi beberapa jenis, seperti validitas isi, konstruk, dan kriteria. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas

melibatkan analisis hasil pengujian. Jika instrumen menunjukkan nilai r hitung $>$ r tabel, maka instrumen tersebut dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi atau kestabilan hasil pengukuran dari sebuah instrumen atau kuesioner. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memberikan hasil yang sama atau serupa ketika digunakan pada kondisi yang sama dalam waktu yang berbeda. Dalam konteks penelitian, reliabilitas menunjukkan sejauh mana item-item dalam sebuah variabel memiliki hubungan yang konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Untuk pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, umumnya digunakan nilai Cronbach's Alpha. Nilai ini digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari sebuah instrumen. Kriteria umum untuk interpretasi nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

- a. $> 0,9$: Sangat baik (excellent)
- b. $0,7 - 0,9$: Baik (good)
- c. $0,6 - 0,7$: Dapat diterima (acceptable)
- d. $0,5 - 0,6$: Cukup (poor)
- e. $< 0,5$: Tidak reliabel (unacceptable)

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah serangkaian pengujian yang dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar sebelum analisis dilakukan. Asumsi ini seperti uji normalitas. Memastikan asumsi-asumsi ini terpenuhi penting untuk mendapatkan estimasi yang valid dan akurat dari model regresi yang digunakan. Jika asumsi dilanggar, hasil analisis dapat menjadi tidak valid dan menyesatkan.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah distribusi data dalam sampel mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, metode statistik parametrik dapat digunakan dengan lebih akurat karena metode ini bergantung pada asumsi bahwa data mengikuti pola distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, pendekatan non-parametrik biasanya diperlukan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah berdasarkan nilai p -value dan perbandingan dengan tingkat signifikansi (α), biasanya $0,05$ (5%). Jika p -value $>$ $0,05$ berarti data berdistribusi normal dan tidak ada bukti yang cukup untuk menolak bahwa data mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan linear yang sangat kuat (korelasi tinggi) antar variabel independen dalam model regresi. Jika multikolinieritas terjadi, maka estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil dan tidak dapat diinterpretasikan dengan baik, karena sulit membedakan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Multikolinieritas adalah kondisi di mana dua atau lebih variabel independen dalam model regresi memiliki korelasi tinggi satu sama lain, sehingga menyebabkan redundansi informasi. Jika dalam hasil uji multikolinieritas terdapat nilai Tolerance $<$ $0,1$ dan/atau VIF $>$ 10 , maka model dianggap mengalami multikolinieritas dan perlu dilakukan perbaikan agar hasil analisis regresi menjadi valid dan dapat diinterpretasikan secara tepat.

Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah salah satu uji dalam regresi linear klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mengalami masalah heteroskedastisitas, yaitu kondisi ketika varian dari error (residual) tidak konstan pada setiap nilai variabel independen. Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual (error terms) berubah-ubah

atau tidak konstan pada semua pengamatan. Kondisi ideal (homoskedastisitas) mengharuskan varian residual konstan agar hasil regresi valid. Dasar Pengambilan Keputusan :

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$, maka tidak ada heteroskedastisitas.
- b. Jika Sig. $< 0,05$, maka terindikasi heteroskedastisitas.

Ordinary Least Square

Ordinary Least Square (OLS) adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk memperkirakan parameter dalam model regresi linier. Metode ini bertujuan untuk menemukan garis regresi yang paling sesuai dengan data, dengan meminimalkan jumlah kuadrat dari selisih antara nilai yang diamati dan nilai yang diprediksi oleh model. Berikut merupakan hasil Ordinary Least Square (OLS) pada penelitian ini :

Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada cukup bukti dalam data sampel untuk mendukung atau menolak suatu klaim atau hipotesis tentang populasi. Proses ini melibatkan beberapa langkah yang sistematis dan merupakan bagian penting dari analisis statistik. Uji hipotesis terdiri dari Koefisien Determinasi (R^2), Uji

Simultan (Uji F) dan Uji t. Berikut masing – masing uji pada uji hipotesis :

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah suatu ukuran statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa baik model regresi menjelaskan variasi dalam data variabel dependen. R^2 menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan atau Uji F adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis apakah semua koefisien regresi dari variabel independen dalam model regresi secara simultan sama dengan nol. Dalam kata lain, uji ini bertujuan untuk menentukan apakah setidaknya satu dari variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kebutuhan Nasabah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan dari dua aplikasi mobile banking terkemuka di Indonesia, yaitu BRImo dari BRI dan Livin' by Mandiri, dapat memenuhi kebutuhan nasabah, khususnya kalangan mahasiswa. Salah satu variabel utama yang diuji dalam penelitian ini adalah Kemudahan Penggunaan yang mencerminkan sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi mudah dioperasikan, intuitif, dan tidak memerlukan upaya besar untuk digunakan secara efektif.

Pengaruh Keamanan (Security) terhadap Kebutuhan Nasabah

Variabel Keamanan (Security) merupakan aspek penting dalam layanan mobile banking. Keamanan dalam konteks ini mencakup perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan pencegahan akses tidak sah terhadap akun nasabah. Bagi mahasiswa, sebagai pengguna aktif teknologi digital, persepsi terhadap keamanan aplikasi menjadi faktor penting dalam menentukan kenyamanan dan kepercayaan saat menggunakan layanan perbankan secara daring.

Pengaruh Kecepatan Transaksi terhadap Kebutuhan Nasabah

Variabel Kecepatan Transaksi dalam layanan mobile banking BRImo dan Livin' by Mandiri sangat penting. Kecepatan transaksi mencerminkan seberapa cepat aplikasi memproses permintaan pengguna, seperti transfer dana, pembayaran, hingga pengecekan saldo. Bagi mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi dan menginginkan efisiensi waktu,

kecepatan menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan kualitas aplikasi mobile banking yang mereka gunakan.

Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kebutuhan Nasabah

Variabel Fitur Layanan adalah salah satu elemen penting dalam menilai kualitas aplikasi mobile banking BRImo dan Livin' by Mandiri. Fitur layanan mencakup berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh aplikasi, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, transfer antarbank, hingga pengelolaan investasi atau tabungan digital. Bagi mahasiswa, keberagaman dan kelengkapan fitur dalam satu aplikasi menjadi nilai tambah yang mempermudah mereka dalam memenuhi kebutuhan keuangan secara praktis dan efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap dua aplikasi mobile banking terkemuka di Indonesia, yaitu BRImo dari BRI dan Livin' by Mandiri, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang dianalisis, kemudahan penggunaan, keamanan, kecepatan transaksi, fitur layanan, dan kualitas

layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan nasabah, khususnya mahasiswa. Kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor utama yang memengaruhi preferensi mahasiswa terhadap aplikasi mobile banking, karena mereka menginginkan pengalaman yang intuitif dan efisien. Keamanan juga menjadi aspek krusial yang meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan dalam bertransaksi. Selain itu, kecepatan dalam memproses transaksi menjadi elemen penting bagi mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan layanan perbankan yang responsif. Fitur layanan yang lengkap dan relevan semakin mendukung kebutuhan finansial mereka secara praktis. Terakhir, kualitas layanan yang baik, baik dari sisi teknis maupun pelayanan pengguna, turut memperkuat kepuasan dan loyalitas mahasiswa terhadap aplikasi yang digunakan.

Saran

Sejalan dengan temuan tersebut, disarankan agar pihak pengembang dan pengelola aplikasi mobile banking terus berinovasi dalam meningkatkan kemudahan penggunaan dengan memperhatikan desain antarmuka yang user friendly. Peningkatan sistem keamanan secara berkelanjutan juga perlu dilakukan, terutama menghadapi potensi ancaman siber yang semakin kompleks. Selain itu, optimalisasi kecepatan dan kestabilan sistem transaksi menjadi hal yang penting untuk memberikan pengalaman digital yang lancar. Penambahan fitur-fitur yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa, seperti pembayaran biaya pendidikan dan integrasi dengan layanan keuangan digital lainnya, juga perlu dipertimbangkan. Terakhir, peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, baik melalui respons yang cepat terhadap keluhan maupun edukasi digital banking, akan memperkuat posisi aplikasi dalam menjawab kebutuhan generasi muda yang kritis, aktif, dan melek teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifandi, T., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI Di Bandar Lampung Analysis of the Influence of Banking Digitalization on Customer Satisfaction in Using BSI Bank in Bandar Lampung. November, 7306–7314.
- Anafiah, R., & Nugroho, H. (2024). KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DI KALANGAN GENERASI-Z. 23(1), 190–201.
- Annur, C. M. (2022). Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia, Siapa Juaranya? Kata Data. AntaraJabar.com. (2022). Pengguna mobile banking BNI capai 11,8 juta. Antara. <https://jabar.antaranews.com/amp/berita/388677/pengguna-mobile-banking-bni-capai-118-juta?>
- Azizah, U. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI MAHASISWA ILMU EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA TERHADAP

PERBANKAN SYARIAH. 4.

- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, C. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan Transaksi, Dan Keamanan Data Terhadap Loyalitas Nasabah BRI-Mobile (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2021-2023). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Dianta, I. A., & Zusrony, E. (2019). Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Pengguna Internet Banking. *INTENSIF: Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*, 3 (1), 1. <https://doi.org/10.29407/intensif.v3i1.12125>
- Diva, I., Ashal, F. F., & Ridha, I. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Di Kecamatan Kuta Alam. *Journal of Sharia Economics*, 3(2), 198–214. <https://doi.org/10.22373/jose.v3i2.2080>
- Hibatullah, N. H., & Busman, S. A. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN, FITUR PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING LIVIN BY MANDIRI (STUDI KASUS PT BANK MANDIRI KCP SUMBAWA BESAR). *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1–16.
- Huwaida, H., Imelda, S., Rofi'i, & Muhammad, S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Banjarmasin. 24(1), 21–29.
- HUWAINA, P. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENGGUNAAN FITUR MOBILE BANKING ACTION TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM TRANSAKSI PERBANKAN SYARIAH (STUDI PADA BANK ACEH SYARIAH CABANG SIMEULUE). 15(1), 37–48.
- insight.com. (2024). Nasabah Transaksi dikanal Digital. *Bisnis*. <https://insight.kontan.co.id/news/nasabah-makin-getol-transaksi-di-kanal-digital?>
- Iqbal, M., Hasan, A., & Laili, I. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333–356. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Kamila, T. P., & Rahayu, Y. S. (2024). PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG. *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang*, 5, 49–61.
- Katadata.co.id. (2024). Pengguna Internet Indonesia 221,5 Juta, Pencurian Data Pribadi Meroket. *Katadata*. <https://katadata.co.id/digital/teknologi/65ba1722f0c20/pengguna-internet-indonesia-221-5-juta-pencurian-data-pribadi-meroket?>
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang Aviv. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Leng, L., Fu, H., & Wang, Y. (2007). Ordinary least square regression, orthogonal regression, geometric mean regression and their applications in aerosol science. *Journal of Physics: Conference Series*, 78(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/78/1/012084>
- Liputan6. (2024). 60% Gen Z Senang Pakai Bank Digital, Ini Alasannya. *Liputan6.Com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5638116/60-gen-z-senang-pakai-bank-digital-ini-alasannya?page=2>
- lokadata.com. (2024). Gen Z memilih Bank Digital. *Lokadata*. <https://lokadata.id/analisis/gen-z-pilih-digital>
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021a). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account*, 8(1). <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>
- Marthauli, M., Mirati, E., & Vidyasari, R. (2021b). Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Bca Mobile Di Wilayah Jabodetabek. *Account*, 8(1), 1463–1471. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3879>

- Maski, G. (2010). Analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada bank syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1). <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2010.004.01.4>
- Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat yang Dirasakan dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Adopsi m-banking BRI Makassar Raya. *Journal of Business and Banking*, 8(1), 157–175.
- Mundir, A., & Lilik Nur Hayati. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Malia (Terakreditasi)*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Munzir, T., Tanjung, R., Ismanto, W., Arifin, A., & Manan, A. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH. 10, 178–196.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic Studies*, 4(1), 19– 38.
- Ningrum, R., Bacmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i1.37.30-45>
- Nurdin, N., & others. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Palupi Permata Rahmi, Nur Aryanti, A., & Abdul Aziz, D. (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>
- Pratiwi, A. I., Rudiyanto, S., & Sukmawati, V. (2020). Educational System Innovation Through Collaboration Between Universities And Industry;(Case Study Program At Vocational University Of Brawijaya). *Journal of Innovation and Applied Technology*, 6(1), 1011–1017.
- Pratiwi, L. H., & Ellyawati, J. (2023). Layanan M-Banking Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Dan Loyalitas: Studi Empiris Bank Bni. *Modus*, 35(2), 212–226. <https://doi.org/10.24002/modus.v35i2.7567>
- Putri, N. I., Ghafur, A., & Arifin, M. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku PT. Adira Finance Syariah Satellite Balung. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7(1), 91–99.
- Rahayu, Y. P., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-Bca Terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 35(1), 29–42. <https://doi.org/10.53916/jam.v35i1.129>
- Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Jasa Raharja Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 54–57. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.729>
- Rio, A. M., & Firza, H. B. (2021). BRI As International Norm Construction of Chinese" Green Development" Strategy in Asia. *Indonesian Journal of International Relations*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.32787/ijir.v5i1.143>
- Saputri, S. D., Rahayu, S. P., Anggraini, A. A., Wibowo, T. A. P., Martiningsih, & Sulistiyani, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. *Jurnal Potensial*, 2(2), 99–108. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
- Sibuea, S. J., Oktavhianty, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *KONSEP:*

- Konferensi Nasional Social and Engineering Polmed, 2(1), 635–645.
- Sinurat, M., Tarigan, D., Hutahaean, R., Studi, P., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Medan, U. N., & Utara, P. S. (2025). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Mobile Banking Terhadap Kemudahan Bertransaksi di Era Digital : Studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. 3(1), 16–23.
- Subagiyo, S., & Indah, Z. (2021). PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR. SURYA KATIALO. *Ensiklopedia of Journal*, 3(4), 59–64. <https://doi.org/10.33559/eoj.v3i4.797>
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1, no(2), 60.
- Susenohaji, S., & Aisyah, M. (2013). Pemanasan Global (Global Warming) dan Akuntansi Lingkungan. *Jurnal Etikonomi*, 12(1).
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Teknologi Digital Pada Ekonomi Kreatif Pada Bisnis Minuman Boba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457–468. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.383>
- Syam, S. A., Ilham, M., Haeruddin, W., Ruma, Z., Musa, I., & Hasbiah, S. (2022). PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE. 18(2), 73–79.
- Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). Pengaruh kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan pada loyalitas konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>