



**SURAT KEPUTUSAN  
REKTOR UNIVERSITAS ALMA ATA  
NOMOR : 016 C /A/SK/UAA/II/2023**

**TENTANG  
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA  
TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Rektor Universitas Alma Ata

- Menimbang** : a. Bahwa untuk terlaksananya Tridharma Perguruan Tinggi pada Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata dengan sebaik-baiknya, maka diperlukan Dosen Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2022/2023 yang berkemampuan memadai, cakap dalam bidangnya, memiliki loyalitas dan dedikasi yang tinggi terhadap tujuan Universitas Alma Ata;  
b. Bahwa nama-nama yang tersebut di dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu untuk menjadi Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata Tahun Akademik 2022/2023;  
c. Bahwa untuk pengangkatan tersebut diperlukan adanya Surat Keputusan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional  
2. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan  
3. Akta Notaris No 6, Tahun 2006 tentang Pendirian Yayasan Alma Ata;  
4. Akta Notaris No 15, Tahun 2009 tentang Keputusan Rapat Pembina Yayasan Alma Ata;  
5. Akta Notaris No 13, Tahun 2016 tentang Perubahan Anggaran Dasar Yayasan Alma Ata  
6. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336)  
7. Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor: 155/KPT/I/2016 tentang Perubahan Bentuk Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Alma Ata menjadi Universitas Alma Ata yang diselenggarakan oleh Yayasan Alma Ata di Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta;  
8. Keputusan Ketua Yayasan Alma Ata Nomor 095/A/SK/YAA/XII/2019 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Alma Ata.
- Memperhatikan** : a. Statuta Universitas Alma Ata  
b. Visi Misi Tujuan dan Sasaran UAA 2040  
c. Usulan Ketua Prodi S1 Manajemen Universitas Alma Ata

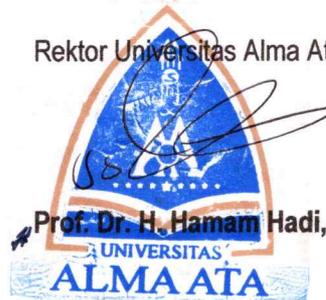


### MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
- Pertama : Mengangkat nama-nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini sebagai Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata Tahun Akademik 2022/2023.
- Kedua : Nama dosen dan nama mahasiswa yang dibimbing seperti dalam lampiran Surat Keputusan ini.
- Ketiga : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan pada keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 03 Januari 2023

Rektor Universitas Alma Ata,



**Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK.**

Tembusan :

1. Dir Pembelajaran
2. Dir. SDM
3. Ka. Biro Keuangan
4. Dekan FEB
5. Kaprodi S1 Manajemen
6. Yang Bersangkutan
7. Arsip

Lampiran : Surat Keputusan Rektor Universitas Alma Ata  
 Nomor : /A/SK/UAA/II/2023  
 Tanggal : 03 Januari 2023  
 Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Skripsi  
 Program Studi S1 Manajemen Universitas Alma Ata Tahun Akademik 2022/2023

**DAFTAR PEMBIMBING SKRIPSI  
 PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN UNIVERSITAS ALMA ATA  
 TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Judul Skripsi	Ketua Dewan Penguji/ Sekretaris Sidang	Dosen Penguji I/Dosen Pembimbing	Dosen Penguji II
1	192400063	ALFIANA NUR FITRIANTI	PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN , KEMUDAHAN TRANSAKSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG TIKET KERETA API MELALUI TRAVELOKA STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ALMA ATA	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
2	192400083	MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID	ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NASABAH BANK BRI	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.
3	192400087	RETNO SUNDARININGRUM	PENGARUH KOREA BRAND AMBASSADOR DAN KOREAN WAVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE LOKAL DI INDONESIA DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI MEDIASI	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
4	192400092	ROFIQ BURHANNUDIN	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI PELANGGAN KOPI KENANGAN DI YOGYAKARTA.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.
5	202400230	SYIFAUL MUBAROKAH	PENGARUH PRICE (HARGA), DISKON (DISCONT), HEDONIC MOTIVES TERHADAP IMPLUSE BUYING BEHAVIOR	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
6	202400134	MITA SETYORINI	PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFATUR SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021	Sindhy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Judul Skripsi	Ketua Dewan Penguji/ Sekretaris Sidang	Dosen Penguji I/Dosen Pembimbing	Dosen Penguji II
7	192400085	PRIHATINI RAHAYU	PENGARUH FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL ATTITUDE DAN TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN ( STUDI KASUS PADA UMKM DI PANGANDARAN )	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
8	192400088	RINI ENDAH LESTARI	PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGALAMAN INVESTASI TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI : VARIABEL TOLERANSI SEBAGAI MEDIASI	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
9	192400090	RIZKA AULAVI MELINA RITONGA	ANALISIS PENGARUH KETERBUKAAN, TRANSPARANSI, SERTA DAMPAK DANA DESA YANG DIRASAKAN TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA PRAMPELAN, ADIPURO, KECAMATAN KALIANGKRIK, MAGELANG	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
10	192400111	SHINTA WAHIDA LUKITANINGRUM	PENGARUH UKURAN DAN UMUR PADA KINERJA REKSADANA SAHAM DI INDONESIA PERIODE 2019-2021	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
11	192400113	TIYA NURYANI	PENGARUH RASIO KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP RETURN SAHAM DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN IDX-30 YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2021	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
12	192400062	AINUN TAJRIANI	ANALISIS RESIKO BISNIS, STUKTUR MODAL DAN PROFITABILITAS PADA UMKM	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
13	192400065	AULINA IZATUL HUSNA	PENGARUH LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN SIZE TERHADAP PROFITABILITAS DAN KUALITAS LABA STUDI KASUS PADA BANK BRI UNIT PANINGGARAN	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
14	192400081	MUHAMMAD HISAM	PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FAKTOR DEMOGRAFI,RISK PERCEPTION DAN PERILAKU KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA ALMA ATA)	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Judul Skripsi	Ketua Dewan Penguji/ Sekretaris Sidang	Dosen Penguji I/Dosen Pembimbing	Dosen Penguji II
15	192400094	SONIA ZAHRA	PENGARUH STRUKTUR AKTIVA, PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFATUR SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020)	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
16	192400095	SRI RAHAYU	PENGARUH SOSIAL EKONOMI, LITERASI KEUANGAN DAN KECERDASAN SPIRITUAL TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA ALMA ATA YOGYAKARTA	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
17	192400098	UMI HASANAH	PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, PERSEPSI RISIKO, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNIV.ALMA ATA DALAM BERINVESTASI DI PASAR MODAL	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
18	192400100	HASRUDIN	ANALISIS KEBIJAKAN PIMPINAN MASJID JOGOKARIYAN DALAM MEMBERDAYAKAN UMKM DI PASAR RAKYAT JOGOKARIYAN	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Tien Suhartini, S.S., M.M	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
19	192400082	MUHAMMAD MAULID YALDI	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Tien Suhartini, S.S., M.M	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
20	192400060	AAM INDRI FEBRIYANTI	PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Tien Suhartini, S.S., M.M	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A
21	192400099	AVIVATUL LATIFAH	ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EKSPOR PADA NEGARA INDONESIA	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
22	192400086	REMA FRANSISKA	PENGARUH PEMASARAN E-WOM TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SCARLLET PERAN BRAND IMAGE SEBAGAI MEDIASI	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A
23	192400073	ENDAH PRATIWI	PENGARUH HARGA JUAL KELAPA SAWIT DAN PRODUKTIFITAS TERHADAP KESEJAHTERAAN PETANI KELAPA SAWIT DAN BURUH TANI KELAPA SAWIT	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
24	192400091	RIZKY ANDINI	PENGARUH BRAND IMAGE SEPEDA MOTOR YAMAHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER YAMAHA THAMRIN BROTHERS SEKAYU (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA TANAH ABANG)	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Judul Skripsi	Ketua Dewan Penguji/ Sekretaris Sidang	Dosen Penguji I/Dosen Pembimbing	Dosen Penguji II
25	192400070	DHARMAWAN AGUS WIJAYA	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN SATE MATANG BG HAR DI BENER MERIAH, ACEH	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
26	192400071	DHEA GITA PRAMESTI	PENGARUH WEBROOMING DAN SHOWROOMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUCT ONLINE SHOP PADA REMAJA DI PROVINSI JAWA TENGAH	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
27	192400078	MEI NITASARI	ANALISIS PANGARUH CELEBRITY ENDORSMENT, BRAND IMAGE, DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI MEDIASI TERHADAP PURCHASE INTENTION (STUDI KASUS PRODUK SCARLET DI YOGYAKARTA)	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A
28	192400080	MUHAMMAD ALI HAIDAR	PENGARUH UTILITARIAN DAN HEDONIS DENGAN KEPUASAN ELEKTRONIK DALAM MINAT PEMBELIAN BERKELANJUTAN PADA CONSUMEN SHOPEEFOOD YOGYAKARTA	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Ardy Wibowo, S.S.T., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
29	192400068	DESI ANDRIANI	PENGARUH MOTIVASI, KOMUNIKASI DAN STRES KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
30	192400066	BUSTANUL ALWI FARHANI	ANALISIS PENGARUH E-WOM, CITRA WISATA, LOKASI, TERHADAP NIATAN BERKUNJUNG KE WISATA NEPAL VAN JAVA DI DUSUN BUTUH, KALIANGKRIK, MAGELANG	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
31	192400072	DWI HERMAWATI	STRATEGI PEMASARAN ONLINE YANG DI LAKUKAN SUSU SARJANA UNTUK MENARIK KONSUMEN	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
32	192400107	MILENDA YULIANTI	PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TWITTER DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK AVOSKIN SURVEI PADA FOLLOWERS AKUN TWITTER @AVOSKINBEAUTY	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
33	192400102	RICKY TRI AGUSTIAN	PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BANK KONVENSIONAL DAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ALMA ATA)	Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Silvia Waninghiyun Puspitasari, S.E., M.Sc.

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Judul Skripsi	Ketua Dewan Penguji/ Sekretaris Sidang	Dosen Penguji I/Dosen Pembimbing	Dosen Penguji II
34	202400133	NAJIDA LAHA AZMA	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SWALAYAN MAGA (STUDI KASUS SWALAYAN MAGA CABANG KRAPYAK)	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM
35	192400096	SUTARTO BALICH	PENGARUH KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MINAT PEMBELIAN SECARA BERKELANJUTAN "DALAM STUDI ONLINE SHOPEE"	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM
36	192400114	AHSANI MUHAMMAD NUR UTAMA	PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMPENGARUHI KUALITAS LAYANAN APLIKASI PESAN ANTAR MAKAN	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM
37	192400076	LIZA NURMAYA	PENGARUH PERPUTARAN MODAL KERJA, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN FARMASI DAN KESEHATAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	Tien Suhartini, S.S., M.M	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM
38	192400089	RITA SAFITRI	ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PADA MIROTA KAMPUS YOGYAKARTA	Dimas Wibisono, S.E., M.B.A	Ridho Satria Harahap, S.I.Kom., M.B.A	Sindy Dwita Nuansari, S.M., M.SM

Ditetapkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 03 Januari 2023

Rektor Universitas Alma Ata,

  
**Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK**  


Tembusan :

1. Dir Pembelajaran
2. Dir. SDM
3. Ka. Biro Keuangan
4. Dekan FEB
5. Kaprodi S1 Manajemen
6. Yang Bersangkutan
7. Arsip

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SERVICE FEATURES* DAN *SYSTEM QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* NASABAH BRI  
PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE*  
(STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE* DI  
YOGYAKARTA)**



**Universitas  
Alma Ata**  
The Globe Inspiring University

Proposal Penelitian Disusun Sebagai Persyaratan Penyusunan Skripsi  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

**Diajukan oleh:**

**MUHAMMAD SHALAHUDDIN AL RASYID**

**NIM 192400083**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ALMA ATA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
No. 085/A/SPS/FEB/UAA/XI/2023

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SERVICE FEATURES* DAN *SYSTEM QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* NASABAH BRI  
PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE*  
(STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE DI  
YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammd Shalahuddin Al Rasyid  
NIM 192400083

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Pada tanggal 14 November 2023

Dan dinyatakan telah diterima oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Alma Ata Yogyakarta  
Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

(Dimas Wibisono, S.E.,M.B.A.)

Pembimbing/Penguji

Penguji Utama

(Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

(Silvia Waninhiyun Puspita Sari, S.E.,M.Sc)

Yogyakarta, 14 November 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Naskah Publikasi**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SERVICE FEATURES* DAN *SYSTEM QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* NASABAH BRI  
PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE*  
(STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE* DI  
YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh :  
Muhammad Shalahuddin Al Rasyid  
NIM 192400083

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen  
Pada tanggal 14 November 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing

Universitas Alma Ata

(Dimas Wibisono, S.E.,M.B.A.)

(Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC)

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata  
**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Shalahuddin Al Rasyid  
Lamp : -

Yth. Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Alma Ata  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa proposal tugas akhir saudara :

Nama	Muhammad Shalahuddin Al Rasyid
NIM	192400083
Prodi	Manajemen
Judul Penelitian	Pengaruh <i>E Service Quality</i> , <i>Service Features</i> , dan <i>System Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Nasabah BRI Pengguna Aplikasi <i>BRI Mobile</i> (Studi Kasus pengguna Aplikasi <i>BRI Mobile</i> Di Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Akuntansi. Harapan saya semoga saudara tersebut segera di panggil untuk mempertanggungjawabkan skripsi dalam Sidang Akhir Skripsi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 14 November 2023  
Pembimbing,

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata  
**NOTA DINAS KONSULTAN**

Hal : Skripsi Saudara Muhammad Shalahuddin Al Rasyid  
Lamp : -

Yth. Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Alma Ata  
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya,  
maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa proposal tugas akhir saudara :

Nama	Muhammad Shalahuddin Al Rasyid
NIM	192400083
Prodi	Manajemen
Judul Penelitian	Pengaruh <i>E Service Quality</i> , <i>Service Features</i> , dan <i>System Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Nasabah BRI Pengguna Aplikasi <i>BRI Mobile</i> (Studi Kasus pengguna Aplikasi <i>BRI Mobile</i> Di Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Alma Ata untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Akuntansi. Harapan saya semoga saudara tersebut segera di panggil untuk mempertanggungjawabkan skripsi dalam Sidang Akhir Skripsi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 14 November 2023  
Pembimbing,

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Shalahuddin Al Rasyid

NIM :192400083

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Institus : Universitas Alma Ata Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya serupa yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini adalah asli karya saya sendiri dan bukan meniru dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 09 November 2023

Yang menyatakan

Muhammad Shalahuddin Al Rasyid

NIM 192400083

## **SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

No. 018/A/SKT/FEB/UAA/XI/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis/skripsi:

Nama : Muhammad Shalahuddin Al Rasyid

NIM : 192400083

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : “Pengaruh *E Service Quality*, *Service Features* dan *System Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Nasabah BRI Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* Di Yogyakarta)”

Karya tersebut telah dicek dengan software cek plagiarisme pada tahap hasil akhir dengan hasil similaritas sebesar 09% (bab I sd bab V) dan dinyatakan lolos/tidak lolos. (Syarat untuk lolos adalah <20%).

Yogyakarta, 09 November 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC

## **MOTTO**

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR.Ahmad)

*“Terkadang di jalan yang mulus dan bagus pun seringkali kita terjatuh, namun harus tetap berdiri dan berlari meskipun kaki sulit tuk melangkah, tetaplah berpasangka baik kepada Allah swt.”*

*“Tidak ada yang abadi di dalam dunia ini, bahkan masalah yang kita hadapi juga tidak.”*

(Charlie Chaplin)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, ayah, dan ibu, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberikan support dan mendoakan saya

dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa, karena telah memberikan nikmat iman dan islam. Tanpa kehadiran-Nya penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *E Service Quality*, *Service Features* dan *System Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Nasabah BRI Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* Di Yogyakarta) dengan baik. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi kewajiban dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Alma Ata Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh *E Service Quality*, *Service Features* dan *System Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Nasabah BRI Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi *BRI Mobile* Di Yogyakarta), penulis diberikan bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hamam Hadi, MS., Sc.D., Sp.GK selaku Rektor Universitas Alma Ata Yogyakarta
2. Ibu Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC selaku dosen pembimbing dan selaku Dekan Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Alma Ata Yogyakarta, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi dengan penuh kesabaran dan perhatian.
3. Bapak Dimas Wibisono, S.E., M.B.A selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Alma Ata.

4. Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Alma Ata Yogyakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menjalankan studi di Universitas Alma Ata Yogyakarta.
5. Orang tua penulis, Nasib Khatenan, ibu Fitri Haryati dan adik tercinta Mudrikatu Ulya dan Zida Khofi Lutfiya yang selalu memberikan semangat dan doa yang tiada henti untuk penulis selama melakukan penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
6. Para sahabat Jon Hamidi, Evan Budi Setiawan, Rahayu Pratiwi, dan seluruh teman-teman Prodi Manajemen angkatan 2019 yang senantiasa memberikan dukungan dan menjadi pengingat bagi penulis agar tetap mempertahankan komitmen untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas bantuan yang kalian berikan semoga persahabatan kita dan silaturahmi tetap terjaga sampai akhir hayat.
7. Penulis berharap agar skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, karena kesempurnaan hanya milik Allah semata. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima untuk menjadi pembelajaran dan evaluasi agar lebih baik lagi di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 9 November 2023

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sebuah kualitas layanan elektronik, fitur layanan, dan kualitas sistem, terhadap loyalitas nasabah BRI yang menggunakan aplikasi BRIMO (*BRI Mobile*) di Yogyakarta. Melalui pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari responden yang merupakan pengguna aplikasi melalui survei daring (*Google form*). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data digunakan untuk menguji hubungan variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan sebuah kualitas layanan elektronik, fitur layanan, dan kualitas sistem, terhadap loyalitas nasabah BRI yang menggunakan aplikasi BRIMO (*BRI Mobile*) di Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji pengaruh secara simultan terhadap variabel *E Service quality*, *Service features*, dan *System quality* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta sebesar 75,2% dan 24,8% nya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti. Hal tersebut dapat dijadikan pembelajaran bahwa sebuah layanan yang berkualitas dapat memberikan kelayakan para pelanggan sehingga pelanggan tersebut mau menggunakan secara terus menerus sebuah layanan tersebut.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*<sup>1</sup>, *Service Features*<sup>2</sup>, *System Quality*<sup>3</sup>, *Customer Loyalty*<sup>4</sup>.

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of electronic service quality, service features and system quality on the loyalty of BRI customers who use the BRIMO (BRI Mobile) application in Yogyakarta. Through a quantitative approach, data is collected from respondents who are application users through dare surveys (Google form). The number of samples in this research was 100 respondents. Data analysis is used to test the relationship between these variables. The research results show that the quality of electronic services, service features and system quality have an impact on the loyalty of BRI customers who use the BRIMO (BRI Mobile) application in Yogyakarta. Based on the results of the simultaneous influence test on variable E. Service quality, service features and system quality have an influence on customer loyalty of BRI customers who use the BRI mobile application in Yogyakarta by 75.2% and 24.8% is influenced by variables other than the variables studied. This can be used as a lesson that a quality service can provide customer loyalty so that customers want to use the service continuously.*

**Keywords:** *E-Service Quality<sup>1</sup>, Service Features<sup>2</sup>, System Quality<sup>3</sup>, Customer Loyalty<sup>4</sup>.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS KONSULTAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME .....	vii
MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	9
C. Tujuan penelitian .....	9
D. Manfaat penelitian .....	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
A.    Landasan Teori .....	11

1. Service quality (kualitas pelayanan) .....	11
2. <i>E- service quality</i> ( kualitas layanan elektronik).....	13
3. <i>Service features</i> (fitur layanan).....	14
4. <i>System quality</i> (kualitas layanan sistem) .....	15
5. Customer Loyalty (loyalitas pelanggan).....	17
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Penelitian Terdahulu .....	20
D. Kerangka Teori .....	24
E. Hipotesis .....	26
BAB III .....	27
METODELOGI PENELITIAN .....	27
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	27
B. Desain penelitian .....	27
C. Subjek penelitian .....	28
D. Populasi dan sampel penelitian.....	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel .....	28
3. Jumlah sampel .....	29
E. Waktu dan tempat penelitian .....	30
F. Definisi oprasional variabel.....	31
G. Variabel penelitian .....	33
1. Variabel bebas (Independent variable) .....	33
2. Variabel Dependen .....	33
H. Skala Pengukuran .....	33
I. Teknik pengumpulan Data. ....	34

1. Sumber Data Primer .....	34
2. Sumber Data Sekunder .....	34
J. Metode Analisis data .....	34
1. Uji Kualitas Data .....	34
a. Uji Validitas .....	34
b. Uji Reliabilitas .....	35
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
4. Uji hipotesis.....	38
5. Uji Koefisien Determinasi.....	39
BAB IV .....	43
PEMBAHASAN PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
B. Analisis Deskriptif Penelitian .....	45
C. Hasil Penelitian.....	49
BAB V .....	67
PENUTUP .....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Keterbatasan penelitian .....	67
C. Saran.....	68
BAB VI.....	69
NASKAH PUBLIKASI.....	69
ABSTRAK.....	69
<i>ABSTRACT</i> .....	70
1. PENDAHULUAN.....	70

2. METODE PENELITIAN .....	74
3. HASIL .....	79
A. Uji Asumsi Klasik .....	79
a. Uji Normalitas .....	79
b. Uji Multikolinearitas .....	79
c. Uji Heteroskedastisitas .....	80
B. Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
C. Uji Hipotesis.....	83
a. Uji t.....	83
b. Uji F.....	84
D. Uji Koefisien Determinasi.....	85
4. PEMBAHASAN .....	85
5. KESIMPULAN .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN 01.....	93
KUESIONER PENELITIAN .....	93
LAMPIRAN 02.....	96
DEMOGRAFI RESPONDEN .....	96
LAMPIRAN 03.....	98
HASIL UJI.....	98
LAMPIRAN 04.....	106
SURAT PERSETUJUAN LAYAK ETIK.....	106
LAMPIRAN 05.....	107
SURAT IZIN PENELITIAN .....	107

LAMPIRAN 06.....	108
CEK PLAGIARIZEM .....	108
LAMPIRAN 07.....	109
SERTIFIKAT PERMATA .....	109
LAMPIRAN 08.....	110
SERTIFIKAT ALTC .....	110
LAMPIRAN 09.....	111
SERTIFIKAT LPBA .....	111
LAMPIRAN 10.....	112
CV PRIBADI.....	112

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Perkembangan Internet di Indonesia .....	2
--	---

Gambar 1. 2 Perkembangan digital Banking di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Aplikasi BRI Mobile .....	6
Gambar 1. 4 Aplikasi M Banking Terbaik Di Indonesia 2023 .....	7
Gambar 1. 5 Tabel Pengunduh Dan Rating Aplikasi BRI Mobile 2023.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	25
Gambar 4. 1 Logo perusahaan.....	43
Gambar 4. 2 Tabel Produk dan Jasa BRI .....	44
Gambar 4. 3 Grafik histogram di olah 2023.....	54
Gambar 4. 4 Grafik normal P-Plot diolah 2023 .....	55
Gambar 4. 5 Hasil uji Heteroskedastisitas spss 25.....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1.....	45
Tabel 4. 2.....	46
Tabel 4. 3.....	47
Tabel 4. 4.....	48
Tabel 4. 5.....	49
Tabel 4. 6.....	50
Tabel 4. 7.....	51
Tabel 4. 8.....	51
Tabel 4. 9.....	52
Tabel 4. 10.....	53
Tabel 4. 11 Uji one- Sample kolmogorov-Smirnov .....	55
Tabel 4. 12 Uji multikolinearitas .....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas spss 25 .....	58
Tabel 4. 14 Uji linier berganda.....	59
Tabel 4. 15 Uji t (Parsial) .....	61
Tabel 4. 16 Hasil Uji F .....	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	64

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pergeseran industri ke arah teknologi digital, merupakan langkah yang banyak dilakukan oleh sebagian besar industri dalam meningkatkan layanannya, dengan melakukan transformasi menggunakan teknologi digital dapat membuat layanan menjadi lebih efisiensi serta merubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern dan praktis (Safira & Rahmanto, 2022). Internet merupakan perkembangan yang saat ini sudah tidak lagi menjadi hal yang asing bagi masyarakat. Bahkan internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Untuk mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan dengan praktis tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak, sehingga sebagian masyarakat lebih memilih cara tersebut dalam memenuhi kebutuhannya (Yuli, 2023).

Hal tersebut didukung dengan adanya data survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). APJII merupakan sebuah lembaga asosiasi yang bergerak di bidang pengembangan internet digital yang ada di Indonesia sebagai sarana penyedia informasi dan komunikasi global yang bertujuan membantu terciptanya peluang bagi pelaku bisnis dan usaha (Yuli, 2023).

Berikut adalah data survei penggunaan internet yang mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun.



*Gambar 1. 1 Perkembangan Internet di Indonesia*

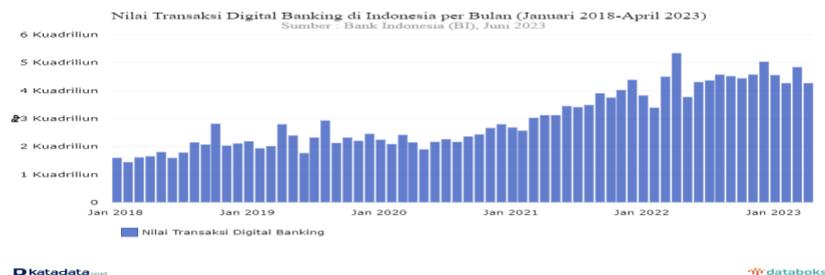
Data survei menyatakan pengguna internet di Indonesia Pada periode 2017 berjumlah 54,68%, sebesar 143,26 juta populasi kemudian pada 2018 pengguna internet jumlah populasinya meningkat 64,8%, yaitu sebesar 171,17 juta populasi kemudian, pada periode 2019-2020 mengalami peningkatan kembali 73,70% menjadi 196,71 juta populasi (Yuli, 2023).

Pada periode 2021-2022 tingkat penetrasinya menjadi 77,02% sebesar 210,03 juta populasi. Pada periode 2022-2023, mencapai 215,63 juta pengguna yang artinya jumlah tersebut mengalami peningkatan 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan total populasi di Indonesia yaitu 78,19% sebanyak 275,77 juta jiwa. Dari pernyataan survei diatas membuktikan bahwa hampir 80% populasi di indonesia sudah

menggunakan teknologi internet (Yuli, 2023). Industri perbankan merupakan salah satu industri yang memanfaatkan teknologi internet dengan menggunakan sistem *website* atau yang disebut dengan *M banking* (*mobile banking*).

*M banking* adalah layanan jasa terhadap nasabah dalam bertransaksi dan fasilitasi dengan menggunakan jaringan internet melalui aplikasi yang dapat diakses menggunakan media *smartphone* atau HP (*Hand Phone*) untuk mendapatkan informasi kapanpun, dimanapun dengan cepat dan praktis (Loaba, 2022). Pertumbuhan internet banking di Indonesia telah mengalami kenaikan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Internet banking di Indonesia juga memiliki peran penting bagi berbagai macam kalangan sebagai sarana transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Adi, 2023).

Fenomena tersebut terjadi dengan seiring pesatnya perkembangan yang terjadi pada teknologi *mobile banking* di Indonesia, banyak nasabah yang sudah beralih dari layanan konvensional di cabang bank ke transaksi layanan online. Adapun nilai transaksi digital di Indonesia perbulan (Januari 2018- April 2023) adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Perkembangan digital Banking di Indonesia

Berdasarkan data bank BI mencatatkan transaksi digital banking di dalam negeri mencapai RP. 4.264,8 triliun atau hampir mencapai 4,3 kuadriliun. Nilai tersebut sesuai dengan klasifikasi Otoritas Jasa keuangan (OJK) yang mencakup dari berbagai macam fasilitas diantaranya mobile banking *Internet banking*, *SMS/ mobile banking*, dan *Phone banking* (Adi, 2023).

Meskipun sering kali mengalami dinamika dalam grafik pertumbuhan, jika diruntut dalam lima tahun kebelakang transaksi perbankan digital secara nasional sudah mengalami pertumbuhan sebesar 158% dibandingkan April 2018. Dapat disimpulkan bahwasanya perkembangan internet banking di Indonesia telah selaras dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah (Adi, 2023).

Menurut (Kotler philip, 2016) dalam (E-wom et al., 2023), hal yang paling diperhatikan dalam sebuah layanan jasa adalah *Service quality* (kualitas layanan secara tradisional) bagaimana perusahaan penyedia jasa dapat meyakinkan atau membuat para *customer* kembali menggunakan layanan tersebut (Fajar et al., 2019).

*E-Service quality* (kualitas layanan elektronik) merupakan pembaruan dari *Service quality* yang dimana sebuah kualitas layanannya disalurkan melalui media elektronik dengan memanfaatkan media seperti komputer dan media elektronik lainnya. *E service quality* di dalam M Banking diartikan bagaimana dan sejauh mana kualitas layanannya dapat

membuat customer percaya, sehingga dapat menimbulkan loyalitas atau penggunaan berkelanjutan sarana layanan tersebut (Budiman et al., 2020).

*Service Features* merupakan kelengkapan sebuah fitur pada layanan *internet banking*, yang membuat nasabah tertarik dan semakin percaya diri dalam menggunakan layanan karena kelengkapan fitur yang disediakan dirasa sudah memenuhi kebutuhan (Aprilia & Susanti, 2022). *System Quality* adalah bagaimana sebuah sistem bekerja dengan baik dan maksimal agar sesuai dengan yang diharapkan pengguna. *System Quality* dalam layanan *internet banking* bisa dijadikan ukuran karakteristik pada saat mengakses atau menggunakan layanan *internet banking* atau *M banking*, seperti kecepatan akses, memiliki keandalan sistem yang baik sistem yang flexibel, kemudahan akses, dan menjamin keamanan akses (Natalia & Br Ginting, 2018).

Pada jasa perbankan *E service quality*, *service features* dan *system quality* yang memadai sangat dibutuhkan pada layanan *mobile banking* kerana merupakan faktor yang mempengaruhi, loyalitas nasabah atau *customer loyalty* pada layanan *mobile banking* (PG, Setyawati et al., 2022).

BRI adalah salah satu industri perbankan dari beberapa industri perbankan lainnya, seperti BCA, BNI, dan Bank Mandiri yang melakukan pembaruan pada layanan jasa melalui sistem layanan *mobile banking* berupa aplikasi *BRI mobile* (Aris, 2023). Aplikasi *BRI mobile* diluncurkan pada bulan Februari pada tahun 2019. Aplikasi *BRI mobile* dihadirkan

untuk menjawab kesulitan para nasabah yang menggunakan rekening BRI dalam melakukan transaksi. Selain memudahkan, aplikasi *BRI mobile* dirancang sebagai aplikasi terpadu yang menggabungkan fitur *mobile banking* dan *SMS banking* untuk menjadi platform transaksi digital dengan berbagai jenis transaksi secara instan (Emillia et al., 2022). Adapun gambar pada aplikasi BRI mobile berdasarkan data yang didapatkan adalah sebagai berikut:

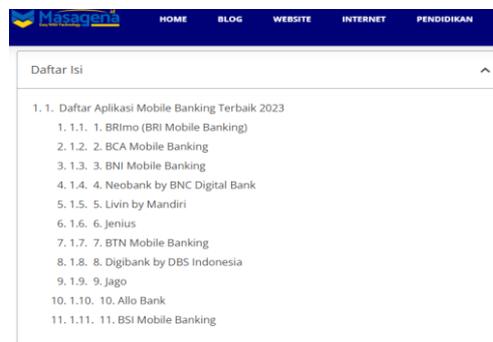


Gambar 1. 3 Aplikasi BRI Mobile

Menurut masagena.id Aplikasi *BRI mobile* merupakan aplikasi *mobile banking* terbaik di Indonesia pada tahun 2023, dan telah mengembangkan pembaruan fitur yang tersedia, salah satunya Salah satu fitur yang disediakan aplikasi *BRI mobile* meliputi, digital saving atau membuka tabungan melalui aplikasi *BRI mobile*, pembayaran QR, *top up* dompet digital, hingga fitur pendukung lainnya seperti *fingerprint* dan *login face recognition*, versi terbaru *BRI mobile* juga memiliki tampilan

*user interface* dan *user experience* yang semakin fresh (Emillia et al., 2022).

Berdasarkan data yang didapatkan BRI berhasil mencatatkan sebagai industri perbankan dengan aplikasi mobile banking terbaik di Indonesia, yaitu aplikasi *BRI mobile*. Adapun data urutan aplikasi M banking terbaik pada tahun 2023 adalah sebagai berikut:



Daftar Isi	
1.	1. Daftar Aplikasi Mobile Banking Terbaik 2023
1.1.1.	1. BRImo (BRI Mobile Banking)
2.1.2.	2. BCA Mobile Banking
3.1.3.	3. BNI Mobile Banking
4.1.4.	4. Neobank by BNC Digital Bank
5.1.5.	5. Livin by Mandiri
6.1.6.	6. Jenius
7.1.7.	7. BTN Mobile Banking
8.1.8.	8. Digibank by DBS Indonesia
9.1.9.	9. Jago
10.1.10.	10. Allo Bank
11.1.11.	11. BSI Mobile Banking

Gambar 1. 4 Aplikasi M Banking Terbaik Di Indonesia 2023

Berdasarkan gambar data diatas menunjukkan bahwa aplikasi *BRI mobile* mampu bersaing dengan aplikasi M banking lainnya yang baru berdiri pada tahun 2019 dibandingkan aplikasi M banking lainnya yang sudah lama berdiri (Adi, 2023).

Aplikasi *BRI mobile* juga menempati posisi urutan pertama dengan jumlah pengguna atau pengunduh aplikasi di atas 10 juta. Para pengguna *Android* dan *iOS* memberikan nilai 4,7/5 pada rating aplikasi *BRI mobile*, hal tersebut membuat aplikasi *BRI mobile* terlihat lebih unggul dari *M banking* lainnya (Jatmiko, 2022).

Menurut Bisni.com aplikasi *BRI mobile* menempati rating tertinggi di urutan pertama, adapun data rating dan jumlah pengunduh aplikasi *M*

*banking* pada *Play Store* dan *App Store* perbankan digital adalah sebagai berikut :

Aplikasi	Jumlah Pengunduh	Rating	Rating App Store
BRImo	10 juta+	4,7/5	4,7/5
BCA Mobile	10 juta+	4,4/5	3,4/5
BNI Mobile Banking	10 juta+	4,3/5	4,7/5
Neobank by BNC Digital Bank	10 juta+	4,2/5	3,9/5
Livin by Mandiri	5 juta+	3,4 /5	3,9/5
Jenius	5 juta+	4/5	4,3/5
BTN Mobile	1 juta+	3,1/5	4/5
digibank by DBS Indonesia	1 juta+	4,2/5	3,6/5
Jago	1 juta+	3,9/5	3,9/5
Allo Bank	100 ribu+	2,9/5	1,5/5

Gambar 1. 5 Tabel Pengunduh Dan Rating Aplikasi BRI Mobile 2023.

Berdasarkan data pada gambar tabel di atas menunjukkan bahwa aplikasi *BRI mobile* memiliki *rating* terbanyak dan kelebihan yang lebih unggul dari aplikasi *M banking* lainnya.

Sebagaimana latar belakang di atas pada penelitian ini penulis mengambil judul *PENGARUH E- SERVICE QUALITY, SERVICE FEATURES, DAN SYSTEM QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE ( STUDI KASUS PENGGUNA BRI MOBILE DI YOGYAKARTA)*.

## **B. Rumusan masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *E service quality* pada aplikasi *BRI mobile* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*?
2. Apakah *service features* pada aplikasi *BRI mobile* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*?
3. Apakah *system quality* pada aplikasi *BRI mobile* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*?
4. Apakah *E service quality*, *service features*, dan *system quality* pada aplikasi *BRI mobile* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

## **C. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *E service quality* pada aplikasi *BRI mobile* terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.
2. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *service features* pada aplikasi *BRI mobile* terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

3. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *system quality* pada aplikasi BRI *mobile* terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.
4. Untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh *E service quality*, *service features*, dan *system quality* pada aplikasi BRI *mobile* terhadap *customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

#### **D. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan pada bidang pemasaran jasa sebagai wawasan bahwasanya, sebuah kualitas layanan jasa yang baik dapat mempertahankan customer pada loyalitas customer.

2. Bagi pemilik jasa *M banking BRI mobile*

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk meningkatkan dan memperbaiki apabila terdapat kekurangan sistem pelayanan agar lebih efektif lagi dalam meningkatkan layanan.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan penelitian yang selanjutnya dengan pengembangan penelitian menggunakan teori yang berbeda.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

Pemasaran merupakan suatu bagian penting dari sebuah perusahaan dengan adanya pemasaran yang baik, maka perusahaan akan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan memuaskan sehingga tercipta sebuah kelayakan *customer* dalam menggunakan produk. (Kotler philip, 2016)

(SDL) *Service-Dominant Logic* adalah perubahan baru pada pemasaran yang mengutamakan layanan dalam proses pertukaran. Menurut Vargo & Lusch (2004) dalam (melani zalyus, 2020) meyakini perspektif pemasaran terpusat pada logika baru, yaitu pemasaran yang menekankan keutamaan layanan dibandingkan sebuah barang atau produk. Dapat disimpulkan sebuah konsep pemasaran menurut teori *Service-Dominant Logic* terletak pada sebuah layanan terhadap pelanggan yang berbunyi “Service is the fundamental basis of exchange. “(melani zalyus, 2020).

#### **1. Service quality (kualitas pelayanan)**

Kualitas layanan pada umumnya merupakan kemampuan sebuah perusahaan atau instansi yang ditujukan untuk memperoleh penilaian pelanggan dan loyalitas terhadap jasa yang disediakan (Zhou et al., 2021). Beberapa ahli berpendapat bahwa kualitas layanan jasa adalah menurut

(Tjiptono, 2002) didalam (Meliana, Sulistiono, Budi Setiawan, 2013) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan sebuah layanan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Parasuraman, didalam (Sinollah & Masruro, 2019) kualitas layanan adalah persepsi dan evaluasi konsumen terhadap sebuah layanan tertentu. Berdasarkan definisi tersebut kualitas layanan mempunyai dua faktor utama yang berpengaruh pada sebuah layanan, yaitu *excepted service* (layanan yang diharapkan konsumen) dan *perceived service* (layanan yang dirasakan konsumen). *Service quality* memiliki lima dimensi diantaranya adalah sebagai berikut:

a. *Reliability* (keandalan)

Keakuratan dan fungsional dalam sebuah layanan yang dapat diandalkan dan konsistensi dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan sistem atau platform elektronik dalam merespon kebutuhan dan permintaan dengan cepat dan efisien. Dengan layanan yang tanggap, cepat, dan tepat.

c. *Assurance* (jaminan)

Jaminan atau sejauh mana penyedia layanan memberikan keyakinan terhadap keinginan dan kepercayaan konsumen.

d. *Empathy* (empati)

Sejauh mana layanan dapat merespon kebutuhan, perasaan, dan pengalaman pelanggan saat menggunakan layanan.

e. *Tangible* (bukti fisik)

Wujud sebuah layanan secara fisik ataupun bukti sebuah layanan yang dirasakan oleh pelanggan.

**2. *E-service quality* (kualitas layanan elektronik)**

Metode *E Service quality* merupakan teori versi baru dikembangkan dari *Service quality* untuk mengevaluasi pelayanan yang berbasis jaringan internet. *E-service quality* didefinisikan sebagai alat tolak ukur sebuah situs web untuk memfasilitasi dalam melakukan transaksi, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif (Budiman et al., 2020).

*E-Service quality* adalah keseluruhan pendapat dan evaluasi pelanggan yang berkaitan dengan pengiriman secara online serta penanganan perusahaan terhadap layanan yang memiliki masalah (Parasuraman, 1988).

*E-service quality* dibagi menjadi tujuh dimensi:

a. *Efficiency*

Pemahaman pelanggan dalam mencari informasi terkait produk dan kemudahan mengakses serta meninggalkan website.

b. *Fulfillment*

Kesempurnaan produk dan penyediaan layanan tepat waktu serta benar yang dibutuhkan oleh pelanggan.

c. *Reliability*

Keakuratan dan fungsional dalam sebuah layanan elektronik yang dapat diandalkan dan memiliki konsistensi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

d. *Privacy*

Menjamin keamanan data dan transaksi pelanggan dengan aman dan tanpa memberikannya kepada pihak lain yang dapat merugikan pelanggan.

e. *Responsiveness*

Kemampuan untuk memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan ketika timbul masalah dan memiliki mekanisme pemberian garansi.

f. *Contact*

Ketika pelanggan membutuhkan informasi terkait produk dan layanan, perusahaan dapat menyediakan komunikasi yang nyaman antara pelanggan dan karyawan secara online atau melalui telepon.

g. *Compensation*

Memberikan kompensasi dalam bentuk penggantian atau tanggung jawab layanan kepada pelanggan jika terjadi kesalahan atau kegagalan sistem.

**3. *Service features (fitur layanan)***

Fitur layanan menurut (kotler 2008) adalah suatu jenis konsep penerapan promosi untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan suatu produk, semakin baik dan terjaminnya fitur layanan yang diberikan maka akan semakin tertarik pula konsumen untuk menggunakannya (Abrilia & Tri, 2020).

Fitur layanan digunakan untuk membedakan produk fitur dari sebuah layanan satu dengan dengan sebuah layanan lainnya, untuk membuktikan kepercayaan konsumen dalam memutuskan dan melakukan transaksi baik secara online maupun offline (Aprilia & Susanti, 2022).. Indikator fitur layanan menurut Ponn (2008) dalam (Fajar et al., 2019) adalah sebagai berikut:

a. Kemudahan akses produk atau jasa

Kemudahan yang diberikan kepada konsumen atau customer untuk memperoleh informasi sebuah layanan jasa atau produk.

b. Keberagaman layanan transaksi.

Berbagai jenis layanan transaksi yang ditawarkan sebuah layanan jasa

c. Keberagaman fitur.

Berbagai jenis kelengkapan layanan jasa berdasarkan kegunaanya

d. Inovasi produk.

Pembaruan dari sebuah produk atau layanan jasa.

#### **4. *System quality* (kualitas layanan sistem)**

Kualitas sistem menurut DeLone & McLean (2003), merupakan bagaimana sebuah sistem bekerja secara baik dan maksimal agar dapat menghasilkan sebuah informasi yang sesuai dengan harapan pengguna sistem, semakin sesuai sebuah kualitas yang diharapkan maka konsumen akan menggunakan kembali sebuah layanan tersebut (Amarin &

Wijaksana, 2021). Beberapa elemen dalam mengukur kualitas sistem dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. *Response Time* (waktu respon)

Waktu respon merupakan waktu yang dibutuhkan sistem untuk merespon pengguna untuk menjawab perintah yang dilakukan.

b. *Reliability* (keandalan)

Keandalan merupakan penerapan pada suatu perancangan pada komponen sehingga dapat melakukan tugasnya dengan baik dan tanpa kesalahan. Sebuah sistem yang dikatakan baik jika sistem tersebut terhindar dari kegagalan dan dapat berjalan sesuai apa yang dirancang atau dibuat. Keandalan sebuah sistem juga dapat dilihat dengan bagaimana sistem tersebut dapat melakukan tugasnya pada kali pertama tanpa terdapat kesalahan.

c. *Maintenance* (pemeliharaan)

Pemeliharaan atau maintainability merupakan suatu usaha yang diperlukan untuk memperbaiki kesalahan pada suatu sistem.

d. *Ease of Access* (kemudahan akses)

Kemudahan akses merupakan ukuran seberapa mudah manusia sebagai pengguna dalam mengakses sistem, sehingga menghasilkan output yang dibutuhkan pengguna.

e. *Security*

Merupakan sebuah jaminan keamanan dari sebuah layanan pada keamanan data nasabah yang dapat menimbulkan resiko kerugian nasabah.

## 5. Customer Loyalty (loyalitas pelanggan)

Menurut Griffin dalam (Fajar et al., 2019), menyatakan “*loyalty is defidend as non-random purchase expressed over time by som decision making unit*”, yang memiliki arti: loyalitas dianggap sebagai pembelian yang tidak di tentukan dan diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan (Masruroh et al., 2023).

Menurut Menurut Oliver (1997) dalam (Shankar & Jebarajakirthy, 2019) loyalitas adalah kunci sebuah keberhasilan sebuah perusahaan yang di tandai dengan pembelian konsumen secara terus menerus terhadap suatu produk atau jasa, kemudian merekomendasikan kepada orang lain dengan cara mengatakan hal positif tentang produk atau jasa dari mulut kemulut.

Loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian kembali sebuah produk atau menggunakan jasa yang disediakan perusahaan tanpa adanya paksaan yang bersifat positif dan konsisten (Kurniawan & Auva, 2022).

Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau menggunakan secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu produk atau jasa yang dipilih. dimensi dan indikator dari *customer loyalty* menurut (Fajar et al., 2019) adalah sebagai berikut:

1. *Say positive thing* ( mengatakan hal positif )

Berupa penyampaian kepada oranglain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang suatu penyediaan jasa, biasanya berupa ulasan cerita atau uraian pengalaman.

2. *Recommend friends* (merekomendasikan kepada teman)

Proses pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa tersebut akibat dari pengalaman positif yang dirasakan.

3. *Continue purchasing* (pembelian yang berketerusan)

Sikap untuk membeli ulang terus-menerus oleh konsumen tersebut pada penyedia jasa tertentu sehingga menimbulkan pengulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Menurut Griffin dalam (Fajar et al., 2019), menyatakan “*loyalty is defined as non-random purchase expressed over time by som decision making unit*”, yang memiliki arti: loyalitas dianggap sebagai pembelian yang tidak ditentukan dan diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Menurut (Shankar & Jebarajakirthy, 2019) loyalitas adalah kunci sebuah keberhasilan sebuah perusahaan yang ditandai dengan pembelian konsumen secara terus menerus terhadap suatu produk atau jasa, kemudian merekomendasikan kepada orang lain dengan cara mengatakan hal positif tentang produk atau jasa dari mulut ke mulut.

Menurut (Kurniawan & Auva, 2022) loyalitas merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian kembali sebuah produk atau menggunakan jasa yang disediakan perusahaan tanpa adanya paksaan yang bersifat positif dan konsisten.

Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari konsumen dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau menggunakan secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu produk atau jasa yang dipilih. dimensi dan indikator dari *customer loyalty* menurut (Fajar et al., 2019) adalah sebagai berikut:

1. *Say positive thinking* ( mengatakan hal positif )

Berupa penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang suatu penyediaan jasa, biasanya berupa ulasan cerita atau uraian pengalaman.

2. *Recommend friends* (merekomendasikan kepada teman)

Proses pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa tersebut akibat dari pengalaman positif yang dirasakan.

3. *Continue purchasing* (pembelian yang berketerusan)

Sikap untuk membeli ulang terus-menerus oleh konsumen tersebut pada penyedia jasa tertentu sehingga menimbulkan pengulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan.

### C. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang relevan dengan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan Arief Budiman, Edy Yulianto, Muhammad Saifi, (2020) dalam jurnalnya yang berjudul, *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP SATISFACTION DAN E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA MANDIRI ONLINE*.

Dalam penelitian ini juga dikonfirmasi bahwa jika pengguna e-banking tersebut seorang introvert (kurang sosial) maka pengaruh kualitas layanan *e banking* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna tersebut lebih kuat jika dibandingkan apabila pengguna e-banking merupakan seorang yang ekstravert (sangat sosial).

Teknik pengumpulan data yaitu metode survey dengan instrumen penelitian yang berupa kuesioner. Kuesioner penelitian diberikan secara langsung kepada pengguna mandiri *online* yang berjumlah 115 responden, dengan cara *standby* di kantor Bank Mandiri, yang tersebar di enam kota yaitu Jember, Lumajang, Banyuwangi, Probolinggo, Bondowoso, Situbondo. Hasil penelitian menyatakan bahwa *e quality* merupakan variabel yang mempengaruhi e-satisfaction, yang pada gilirannya mempengaruhi e-loyalty.

2. Penelitian yang dilakukan Risma Weti Aprilia, Dewi Noor Susanti (2022), dalam jurnalnya yang berjudul, *PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN PROMOSI*

## TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-Wallet* DANA DI KABUPATEN KEBUMEN.

Objek penelitian ini adalah variabel kemudahan, fitur layanan dan promosi sebagai variabel bebas dan keputusan pendanaan sebagai variabel terikat. Sedangkan subyek penelitian ini adalah masyarakat di Kebumen yang memiliki aplikasi Dana dan pernah menggunakan atau bertransaksi melalui aplikasi Dana.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang berusia 20 tahun. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampel dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 25 for windows. Berdasarkan hasil uji t kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing masing memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan penggunaan.

3. Penelitian yang dilakukan Jenny Natalia, Dahlia Br Ginting (2018), dalam jurnalnya yang berjudul, ANALISIS PENGARUH KELENGKAPAN FITUR, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM, PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAAN

## SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI VIU.

X Responden dalam penelitian ini adalah pengguna Viu di provinsi Jawa Barat dan teknik sampling yang digunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 270 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Analisis yang dilakukan yaitu analisis deskriptif dan menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem, manfaat, dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap loyalitas pengguna sebesar 50.4%.

4. Penelitian yang dilakukan Muhammad Fajar, Gugyuh Susandy, Devy Widya Apriandi (2018), yang berjudul PENGARUH KUALITAS E-TRUST DAN E-SERVICE TERHADAP E-LOYALTY PENGGUNA E-BANKING BNI KABUPATEN SUBANG

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif dengan metode deskriptif dan *explanatory survey*. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran mengenai *e-Trust*, *e-Service Quality*, dan *e-Loyalty* pada *e-Banking* Bank BNI.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank BNI yang menggunakan aplikasi *e-Banking*. Jumlah responden adalah sebanyak 100 orang pengguna aplikasi *E-Banking* BNI di Kabupaten Subang.

Untuk menganalisis data dari hasil pengukuran variabel independen dan dependen melalui kuesioner, penulis menggunakan skala *numeric/multiple rating list scale*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *e-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *e-Loyalty* dan *e-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-Loyalty*. Serta *e-Trust* dan *e-Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *e-Loyalty*. Adapun jurnal yang relevan dengan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1.	Arief Budiman, Edy Yulianto, Muhammad Saifi, (2020)	PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i> TERHADAP <i>E-SATISFACTION</i> DAN <i>E-LOYALTY</i> NASABAH PENGGUNA MANDIRI <i>ONLINE</i> .	<b>Independen :</b> <i>E service quality</i> <b>Dependen :</b> <i>E satisfaction</i> dan <i>E loyalty</i>	Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>e-service quality</i> merupakan variabel yang mempengaruhi <i>e-satisfaction</i> , yang pada gilirannya mempengaruhi <i>e-loyalty</i> .
2.	Risma Weti Aprilia, Dewi Noor Susanti (2022)	PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN <i>E-Wallet</i> DANA DI KABUPATEN KEBUMEN.	<b>Independen :</b> Kemudahan, fitur layanan dan promosi. <b>Dependen:</b> Keputusan penggunaan.	Berdasarkan hasil uji t kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas penggunaan, sedangkan fitur layanan dan promosi masing-masing memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas penggunaan.

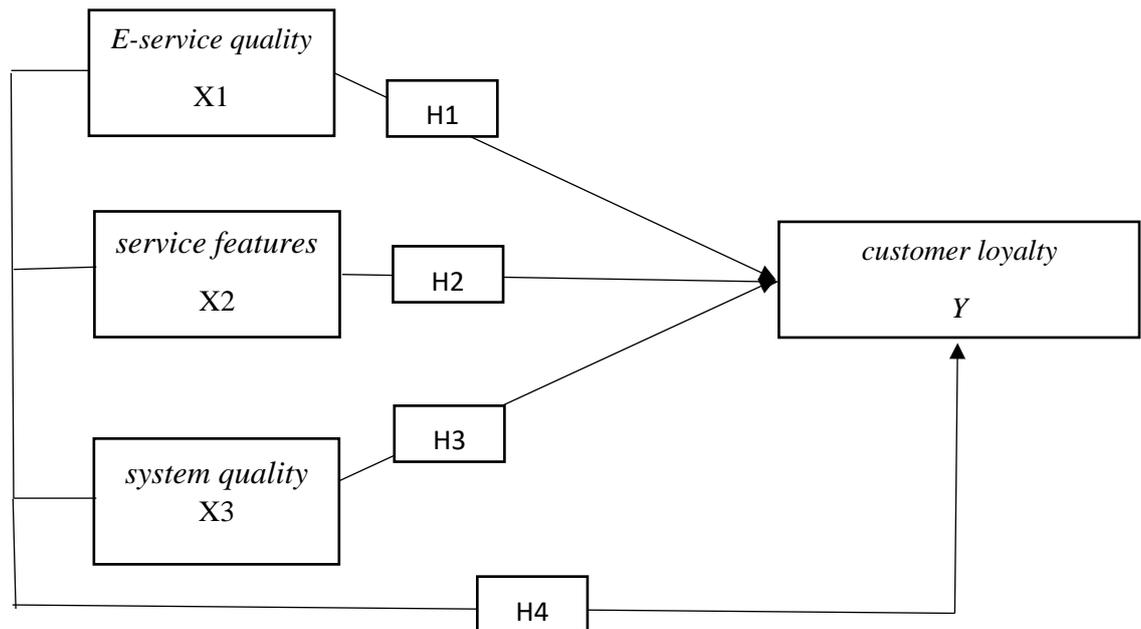
- DAMPAKNYA  
TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA APLIKASI  
VIU.
3. Jenny Natalia,  
Dahlia Br.  
Ginting  
(2018)
- ANALISIS PENGARUH  
KELENGKAPAN FITUR,  
PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGGUNAAN,  
KUALITAS INFORMASI,  
KUALITAS SISTEM,  
PERSEPSI MANFAAT  
TERHADAP KEPUASAN  
PENGGUNAAN SERTA  
DAMPAKNYA  
TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA APLIKASI  
VIU
- Independen :** Kelengkapan fitur, persepsi kemudahan, penggunaan, kualitas sistem, dan persepsi manfaat.  
**Dependen:** Kepuasan penggunaan, dan dampak terhadap loyalitas.
- Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem, manfaat, dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap loyalitas pengguna sebesar 50.4%.
4. Muhammad  
Fajar, Gugyh  
Susandy,  
Devy Widya  
Apriandi  
(2018)
- PENGARUH KUALITAS  
E-TRUST DAN  
ESERVICE TERHADAP  
E-  
LOYALTY PENGGUNA  
E-BANKING BNI  
KABUPATEN SUBANG
- Independen :** *E trust dan e service*  
**Dependen :** *E loyalty*
- Dari hasil penelitian diketahui bahwa e-Trust berpengaruh signifikan terhadap *e loyalty* dan *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e loyalty*. Serta *e-trust* dan *e-service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*.

#### D. Kerangka Teori

Menurut Arikunto di dalam (Ariyanto, 2012) Kerangka teori merupakan wadah yang menerangkan variabel atau pokok permasalahan

yang terkandung dalam penelitian. Dengan demikian, kerangka teoretis disusun agar penelitian diyakini kebenarannya.

Berdasarkan variabel diatas maka kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

Keterangan variabel:

————→ : Pengaruh masing-masing variabel

———— : Pengaruh variabel secara simultan

(X1): *E service quality*

(X2): *service features*

(X3): *system quality*

(Y) : variabel yang di pengaruhi variabel (X): *customer loyalty*

## **E. Hipotesis**

H1: *E-Service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*

H2: *Service features* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*

H3: *System quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*.

H4: *E service quality*, *service features*, dan *system quality* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap *customer loyalty* rekening BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan jenis penelitian**

Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk mengetahui dan menguji hipotesis yang ditetapkan pada variabel independen dan variabel dependen (Aprilia & Susanti, 2022).

#### **B. Desain penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan asosiatif kausal guna untuk mengetahui sebab dan akibat dari variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Adapun variabel bebas atau independen dalam penelitian ini yaitu *E service quality*, *service features*, dan *system quality* terhadap variabel terikat atau dependen yaitu *customer loyalty* nasabah Bank BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta (Sumarsan, 2021).

### **C. Subjek penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang atau nasabah rekening BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

### **D. Populasi dan sampel penelitian**

#### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Ajjah & Selvi, 2021).

Menurut Cooper dan Schindler populasi adalah total dimensi yang mengandung sejumlah informasi dan dapat memberikan jawaban yang dapat diukur untuk ditarik kesimpulannya (Wibisono Dimas, Ariyani Asri, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI di Yogyakarta dan menggunakan aplikasi *BRI mobile* (Sumarsan, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI di Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *BRI mobile*.

#### **2. Sampel**

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam sebuah penelitian, apabila sebuah populasi besar, penulis tidak perlu meneliti semua individu dalam populasi karena akan memerlukan biaya yang banyak, tenaga, dan waktu (Ajjah & Selvi, 2021).

Oleh karena itu, penelitian yang dilakukan terhadap sampel dan kesimpulannya agar lebih efisien, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik yang digunakan oleh penulis adalah *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Amarin & Wijaksana, 2021).

Pertimbangan dari sampel penelitian ini adalah responden yang merupakan masyarakat Yogyakarta yang merupakan nasabah BRI yang menggunakan aplikasi *BRI mobile*.

### 3. Jumlah sampel

Ukuran sampel penelitian menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business*, Sugiyono menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. Pada penelitian ini penulis belum mengetahui jumlah sampel untuk dijadikan sebuah kesimpulan.

Sehingga untuk menarik sebuah kesimpulan menurut (Setiawan et al., 2022) untuk menghitung jumlah sampel yang belum diketahui secara pasti populasinya dapat diukur dengan menggunakan rumus *lemeshow*. Adapun penghitungan menggunakan rumus *lemeshow* adalah sebagai berikut:

$$z^2(1-p) n = d_2$$

$n$  = jumlah sampel

$z$  = skor  $z$  pada kepercayaan 95% = 1,96

$p$  = maksimal estimasi 0,5

$d$  = alpha ( 0,10) atau sampling error = 10 %

$$z^2(1-p) n =$$

$$d_2$$

$$1.96^2 \cdot 0,5(1-0,5) n =$$

$$0,12$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan perhitungan rumus di atas maka n yang didapatkan adalah 96,04 dan penulis membulatkan menjadi 100. Sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis mengambil data dari sampel sekurang kurangnya 100 responden.

#### **E. Waktu dan tempat penelitian**

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada 1 Juni 2023 sampai dengan 30 september 2023 semenjak skripsi ini disetujui. Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada pelayanan *E Service quality*, *Service features*, dan *System quality* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* yang ada di Yogyakarta.

Penelitian ini ditujukan kepada nasabah rekening BRI yang menggunakan aplikasi BRI *mobile* yang merupakan responden dalam penelitian ini. Penelitian akan dilakukan dengan cara melalui beberapa cara yaitu berupa kertas kuesioner yang disebarkan ke beberapa responden sebagai sampel penelitian dan melalui media media sosial lainnya.

## F. Definisi oprasional variabel

Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *customer loyalty* (loyalitas konsumen) variabel independen dalam penelitian ini adalah *e service quality* (kualitas layanan secara elektronik), *service features* (fitur layanan secara elektronik), dan *system quality* (kualitas sistem secara elektronik).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

variabel	Sumber	Indikator
<i>E service quality</i> (X1)	Arief Budiman, Edy Yulianto, Muhammad Saifi, (2020)	1. <i>Efficiency</i> pemahaman pelanggan dalam mencari informasi
		2. <i>Fulfillment</i> penyediaan layanan tepat waktu
		3. <i>Reliability</i> keakuratan dan fungsional
		4. <i>Privacy</i> menjamin keamanan data
		5. <i>Responsiveness</i> ketanggapan layanna saat ada kejanggalan
		6. <i>Contact</i> penyediaan layanan yang membuat aplikasi nyaman di

		gunakan
		<i>7 Compensation</i>
		memberikan kompensasi kepada pelanggan jika terjadi kesalahan atau kegagalan sistem.
<i>Service features (X2)</i>	Risma Weti Aprilia, Dewi Noor Susanti (2022)	1. Kemudahan akses produk atau jasa 2. Keberagaman layanan transaksi. 3. Keberagaman fitur. 4. Inovasi produk.
<i>System quality (X3)</i>	Jenny Natalia, Dahlia Br. Ginting (2018)	1. <i>Response Time</i> (waktu respon) 2. <i>Maintenance</i> (pemeliharaan) 3. <i>Ease of Access</i> (kemudahan akses)
<i>Customer loyalty (Y)</i>	Fajar, Gugyh Susandy, Devy Widya Apriandi (2018)	1. Mengatakan hal positif terkait produk 2. Melakukan penggunaan kembali produk 3. merekomendasikan kepada orang lain

## G. Variabel penelitian

### 1. Variabel bebas (Independent variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independen variable*) adalah *E-service quality* (X1), *Service features* (X2), dan *System quality* (X3) (Sumarsan, 2021).

### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Sesuai dengan masalah yang akan diteliti maka yang menjadi variabel terikat (*dependen variable*) adalah *E Customer loyalty* (Y) (Sumarsan, 2021).

## H. Skala Pengukuran

Skala pengukuran digunakan untuk menguji data kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala pengukuran dengan metode skala likert yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Amarin & Wijaksana, 2021). Berikut adalah bentuk skor kuesioner sebagai tolak ukur dalam penelitian:

Tabel 3.2 Skor kuesioner

No	Kategori	Skor
1.	Sangat tidak setuju	1
2.	Tidak setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat setuju	5

## **I. Teknik pengumpulan Data.**

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh penulis untuk memperoleh data penelitian dan informasi mengenai penelitian. Pengumpulan data diperoleh berdasarkan sumbernya adalah sebagai berikut:

### **1. Sumber Data Primer**

Menurut (Sugiyono, 2021) sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung atau dari pihak pertama, kemudian data diolah untuk di tarik kesimpulannya. Kuisisioner merupakan alat yang paling relevan untuk mengetahui sumber dari pihak pertama secara langsung (Sumarsan, 2021).

Dalam penelitian ini penyebaran kuisisioner dapat dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung atau dikirim melalui google form kepada nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data seperti melalui orang lain. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh sebagian data dan informasi melalui jurnal, artikel, website resmi dan kantor wilayah BRI Yogyakarta (Sumarsan, 2021).

## **J. Metode Analisis data**

### **1. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data dalam penelitian. Menurut (Aprilia & Susanti, 2022) uji validitas digunakan

untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan  $r$  hitung (pada kolom *Correlated Item- Total Correlation*) dengan  $r$  tabel ( $df = n-k$ ) yaitu membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* (derajat kebebasan)  $df = n - 2$  dalam hal ini adalah jumlah sampel. Suatu indikator pertanyaan atau pernyataan dinyatakan valid, apabila  $r$  hitung  $> r$  tabel dan nilai positif, namun jika  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid dan bernilai negatif.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut (Janna & Herianto, 2021) menyatakan bahwa suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel, jika pengukuran konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya ketika pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh dari hasil yang relatif sama, selama subjek tidak berubah.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai  $\alpha$  cronbach  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa, variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur. Reliabilitas diukur dengan bantuan *SPSS 25 for windows* untuk mendapatkan hasil dari pengukuran reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (a)*.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Mardiatmoko untuk mendapatkan regresi yang baik ada beberapa tahap yaitu:

### a. Uji Normalitas

Pengujian ini untuk mengetahui nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas diuji dengan metode uji *one sample kolmogorov smirnov*. Dalam uji *kolmogorov smirnov* hipotesis yang berlaku adalah:

$H_0$  - Sampel berasal dari data atau populasi yang berdistribusi normal.

$H_a$  - Sampel berasal dari data atau populasi yang tidak berdistribusi normal.

Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear.

Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance* Nya. Apabila nilai VIF < 10 dan *Tolerance* VIF > 0,1 maka multikolinearitas dinyatakan terjadi.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujianya adalah dengan uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residual.

Residual adalah selisih antara nilai variabel X dengan nilai variabel Y yang di prediksi. Absolute adalah nilai mutlak ( semua nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis variabel terikat dengan lebih satu variabel bebas. Model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *e service quality*, *service features*, dan *system quality* terhadap *customer loyalty*. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Customer loyalty*

a = konstanta

$b_1$ =koefisien regresi *E Service*

*Quality*

$X_1$ = *E service quality*

$b_2$ = koefisien regresi *Service features*

$X_2$ = *Service features*

$b_3$ = koefisien regresi *System quality*

$X_3$ = *System quality*       $e$ = error

#### 4. Uji hipotesis

##### a. Uji T (parisal)

Untuk mengetahui apakah *E service quality*, *service features*, dan *system quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- 1) Apabila T hitung lebih kecil dari T tabel maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel *E service quality*, *service features*, dan *system quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.
- 2) Apabila T hitung lebih besar dari T tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_A$  diterima, artinya masing-masing variabel *E service quality*, *service features*, dan *system quality*, berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

b. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh *E service quality*, *service features*, dan *system quality*, berpengaruh terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- 1) Apabila F hitung lebih kecil dari Ftabel maka keputusan menerima  $H_0$  artinya variabel *E service quality*, *service features*, dan *system quality*, tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.
- 2) Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka keputusan menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$  artinya variabel *E service quality*, *service features*, dan *system quality*, berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Pengajuan koefisien determinasi berganda menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dimana semakin besar nilai koefisien determinasi maka semakin besar kemampuan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu.

Jika suatu determinasi semakin mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin besar sumbangan variabel bebas (X) yaitu memahami *E service quality*, *service features*, dan *system quality*, terhadap variabel

terikat *customer loyalty* nasabah BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta (Y).

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<i>E Service quality</i> (X1) (Budiman et al., 2020)					
X1.1	Saya merasa menu yang ada pada aplikasi BRImo memudahkan saya dalam melakukan transaksi					
X1.2	Saya merasa aplikasi BRImo adalah aplikasi yang memiliki kecepatan akses dan bisa digunakan kapan saja					
X1.3	Saya merasa aplikasi BRImo fungsional dan memiliki keakuratan dalam setiap transaksi					
X1.4	Saya yakin aplikasi BRImo menjaga keamanan dan privasi data saya					
X1.5	Saya merasa aplikasi BRImo tanggap dalam transaksi yang tertunda dan memberi garnasi saat terjadi kejanggalan					
X1.6	Saya merasa menu yang ada pada aplikasi BRImo menyediakan layanan kontak ketika membutuhkan informasi					
X1.7	Saya merasa aplikasi BRImo selalu memperbaiki sistem atau bug dan bertanggung jawab saat terjadi kegagalan dalam melakukan transaksi					
X1.8	Saya merasa aplikasi BRImo memberikan kualitas pelayanan yang saya inginkan					

No	Pernyataan	jawaban				
	<i>service features (X2)</i> (Aprilia & Susanti, 2022)	SS	S	N	TS	STS
X2.1	Saya merasa aplikasi BRImo memberikan akses kemudahan dalam bertransaksi					
X2.2	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki berbagai macam akses transaksi					
X2.3	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki berbagai fitur					
X2.4	Saya merasa aplikasi BRImo selalu melakukan inovasi layanan.					

No	Pernyataan	jawaban				
	<i>System quality (X3)</i> (Amarin & Wijaksana, 2021)	SS	S	N	TS	STS
X3.1	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki sistem waktu respon yang baik dan bisa digunakan kapan saja					
X3.2	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki keandalan sistem yang baik					
X3.3	Saya merasa aplikasi BRImo selalu memperbaiki kesalahan sistem setelah update					

No	Pernyataan	jawaban				
	<i>Customer loyalty (Y)</i> (Hidayah, 2021)	SS	S	N	TS	STS
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya mengatakan hal positif pada aplikasi BRImo					
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain					
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya akan menggunakan kembali aplikasi BRImo di lain waktu.					

## BAB IV

### PEMBAHASAN PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah umum perusahaan

BRI (Bank Rakyat Indonesia) merupakan industri bank tertua pertama di Indonesia. Didirikan di Purwokerto, 16 Desember 1895, BRI pertama kali memiliki nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*, atau bahasa Indonesianya “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto” (Kusindriani, 2023).

Kegiatan BRI sempat terhenti pada masa perang untuk mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948. Operasional mulai aktif kembali setelah adanya perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan nama baru menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.



Gambar 4. 1 Logo perusahaan

Kemudian pada 1 Agustus 1992, berdasarkan UU perbankan No. 7 tahun 1992 dan peraturan pemerintahan RI No.21 tahun 1992 status BRI menjadi perseroan terbatas (PT). Kepemilikan BRI 100% sahamnya milik pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, pemerintah menjual 30% saham BRI sehingga bank ini secara resmi menjadi PT Bank Rakyat

Indonesia (persero)Tbk, yang hingga saat ini masih digunakan (Kusindriani, 2023).

## 2. Produk dan jasa PT BRI

Beberapa jasa dan produk yang ditawarkan oleh para nasabah pengguna jasa BRI diantaranya adalah pelayanan simpan pinjam, pinjaman online, transaksi keuangan, tabungan dan jasa digital banking lainnya berikut adalah produk yang ditawarkan oleh BRI :

Tabungan	e-Channel	Ecosystem and Integrations
Simpedes	Internet Banking	Junio Smart
Simpedes TKI	Brizzi	BRImola
Simpedes Usaha	SMS Banking	BRI Smart Billing
BritAma	Mobile BRI	BRISore
BritAma X	BRImo	
BritAma Rencana	Mocash	
BritAma Valas	Kioks	
BritAma Bisnis	QRIS	
Tabungan Haji		
Tabungan BRI Sempel		
TabunganKu		
Junio		

Gambar 4. 2 Tabel Produk dan Jasa BRI

## B. Analisis Deskriptif Penelitian

Deskripsi data responden merupakan gambaran karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi data penelitian meliputi jenis kelamin, pekerjaan akhir dan pekerjaan atau status drajat responden. Responden pada penelitian ini adalah laki-laki atau perempuan yang pernah melakukan transaksi dan menggunakan jasa aplikasi *BRI mobile*.

Jumlah sampel responden sebanyak 100 orang. Peneliti juga memberikan 2 pertanyaan awal kepada responden berapa lama dan berapa kali responden menggunakan aplikasi *BRI mobile*, tujuannya adalah untuk mengetahui atau mengukur loyalitas konsumen dalam penggunaan layanan aplikasi *BRI mobile*. Adapun uraian pertanyaan yang ditujukan kepada responden adalah sebagai berikut:

- a. **Pernyataan** “*berapa kali anda menggunakan aplikasi BRI mobile?*” Berdasarkan pengumpulan data mengenai pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Keterangan	Jumlah	presentase
1-2 kali seminggu	46	46%
1-2 kali sebulan	5	5%
3-4 kali seminggu	29	29%
3- 4 kali sebulan	20	20%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan tentang berapakali konsumen atau responden menggunakan layanan aplikasi *BRI mobile*, dari 100 responden sebanyak 46 responden menggunakan aplikasi

layanan BRI *mobile*, dengan persentase 46% ,1-2 kali dalam seminggu, pada keterangan 3-4 kali dalam seminggu sebanyak 29 responden, dengan persentase sebesar 29%, dan sebanyak 5 responden pada keterangan 1-2 kali dalam sebulan sebesar 5 % persentase, pada kategori 3-4 kali dalam sebulan dengan jumlah 20 responden persentasenya sebesar 20%.

**b. Pernyataan** “*berapa lama anda menggunakan aplikasi BRI mobile?* Berdasarkan mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Keterangan	Jumlah	presentase
1-2 Bulan	19	19%
3-4 Bulan	13	13%
5-6 Bulan	9	9%
>6 bulan	59	59%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan seberapa seringnya responden menggunakan aplikasi BRI *mobile*, dari 100 responden sebanyak 59 responden menggunakan aplikasi BRI *mobile* lebih dari 6 bulan dan persentasenya sebesar 59 %. Dapat disimpulkan dari keterangan data yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat nilai loyalitas konsumen atau *customer loyalty* yang didefinisikan semakin sering konsumen mengunjungi suatu bisnis produk, atau perusahaan, dalam memenuhi kebutuhannya atau dilakukan secara berulang ulang (Zhou et al., 2021).

Dari hasil pernyataan responden diatas, peneliti juga memberikan gambaran mengenai karakteristik responden guna melengkapi penelitian, yang meliputi jenis kelamin, rentang usia, dan pekerjaan atau kegiatan responden, adapun uraian karakteristik data responden tersebut sebagai berikut:

### 1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden deapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Jenis kelamin	Jumlah	persentase
Laki-Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023

Berdasarkan tabel 4.4 tercatat dari 100 responden karakteristik jenis kelamin laki-laki lebih banyak menggunakan aplikasi BRI *mobile* dibanding responden dengan jenis kelamin perempuan. Yaitu sebanyak 54 responden laki-laki dengan persentase 54% dan sebanyak 46 responden perempuan dengan persentase 46%.

## 2) Karakteristik responden berdasarkan keterangan usia

Berdasarkan karakteristik usia pada responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Keterangan	Jumlah	persentase
18-25 tahun	86	86%
>25-35 tahun	10	10%
>35-45 tahun	2	2%
>45 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.6 terlihat bahwasanya responden yang paling banyak menggunakan aplikasi BRI *mobile* adalah responden yang berusia 18-25 tahun, jumlah 86 sebesar 86% persentasenya.

Kemudian responden dengan usia lebih dari 25-35 tahun berjumlah 10 responden dan sebesar 10%. Untuk responden dengan usia lebih dari 35- 45 tahun berjumlah 2 sebesar 2%, untuk responden yang usianya lebih dari 45 tahun keatas hanya berjumlah 2 orang sebesar 2%.

### c. Karakteristik responden menurut status atau pekerjaan

Berdasarkan karakteristik responden menurut status atau pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Keterangan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	78	78%
Karyawan Swasta	14	14%
Wira Swasta	8	8%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan keterangan tabel 4.7 menjelaskan bahwa dari 100 responden pengguna BRI *mobile paling* banyak di gunakan oleh mahasiswa yang berjumlah 78 responden dan sebesar 78%. untuk karyawan swasta berjumlah 14 respondem sebesar 14%. Kemudian pada keterangan wira swasta sebanyak 8 responden sebesar 8%.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Uji Hasil Kualitas Data

Uji validitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui data yang sesuai dengan kenyataan. Hasil penelitian dinyatakan valid apabila terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya (Sugiyono, 2021).

Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validnya Suatu data dapat ditentukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai

Sig (*2-tailed*), jika bagian total lebih kecil dari 0,5 maka dapat dinyatakan valid. Cara yang kedua yaitu membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, yang dilakukan dengan melihat *pearson correlation*. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka dapat di katakan valid. Pengujiannya adalah sebagai berikut:

**a. Hasil uji validitas data**

**Variabel (X1)**

Tabel 4. 6

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,829	0,197	Valid
X1.2	0,825	0,197	Valid
X1.3	0,823	0,197	Valid
X1.4	0,809	0,197	Valid
X1.5	0,818	0,197	Valid
X1.6	0,834	0,197	Valid
X1.7	0,751	0,197	Valid
X1.8	0,821	0,197	Valid

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari butir-butir pernyataan variabel X1, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  sehingga dapat digunakan untuk kelanjutan proses penelitian.

**Variabel (X2)**

Tabel 4. 7

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,893	0,197	Valid
X2.2	0,930	0,197	Valid
X2.3	0,916	0,197	Valid
X2.4	0,916	0,197	Valid

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari butir-butir pernyataan variable X2, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  sehingga dapat digunakan untuk kelanjutan proses penelitian.

**Variabel (X3)**

Tabel 4. 8

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0,908	0,197	Valid
X3.2	0,923	0,197	Valid
X3.3	0,927	0,197	Valid

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari butir-butir pernyataan variabel X3, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  sehingga dapat digunakan untuk kelanjutan proses penelitian.

### Variabel (Y)

Tabel 4. 9

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0,901	0,197	Valid
Y2	0,881	0,197	Valid
Y3	0,831	0,197	Valid

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari butir-butir pernyataan variable Y, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner sebagai instrumen penelitian dinyatakan valid dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  sehingga dapat digunakan untuk kelanjutan proses penelitian.

#### b. Hasil uji reliabilitas data

Uji reliabilitas ini dilakukan bertujuan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran akan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama serta dengan alat ukur yang sama.

Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dimana apabila suatu variabel menunjukkan nilai alpha cronbach  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa, variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur. Reliabilitas diukur dengan bantuan *SPSS 25 for windows* untuk mendapatkan hasil dari pengukuran reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (a)* adapun data pengukuran sebagai berikut:

Tabel 4. 10

Variabel	<i>Cronbach'Alpha</i>	<i>Role of Thumb</i>	Keterangan
E service quality (X1)	0,927	0,6	Reliabel
E service features (X2)	0,934	0,6	Reriabel
System quality (X3)	0,908	0,6	Reliabel
Customer loyalty (Y)	0,838	0,6	Reliabel

Sumber data: Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan data Tabel diatas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* variabel X1 , X2, dan X3 menunjukan nilai lebih besar dari pada ( $\geq$ ) 0,6 dengan jumlah sampel 100 responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tersebut memenuhi kriteria reliabilitas.

## 2. Uji Asumsi Klasik

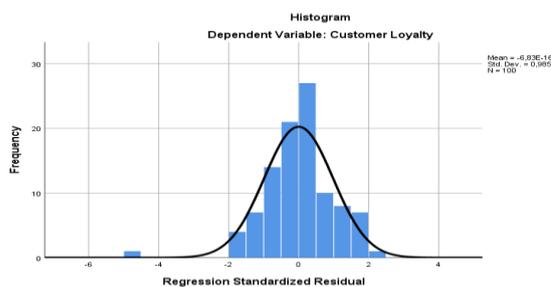
Adapun pengujianya adalah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji dalam perhitungan statistik untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu data dalam sebuah penelitian. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah data yang ada berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas terdapat tiga cara yaitu dengan menggunakan grafik, *Normal P-P plot Regression Standardized Residual*, dan histogram pengujiannya menggunakan aplikasi SPSS 25 sebagai penentuan dasar dalam mengambil keputusan.

Pengambilan keputusan dasar pada tabel histogram yaitu jika grafik menunjukan garis yang naik turun menyerupai gunung dengan

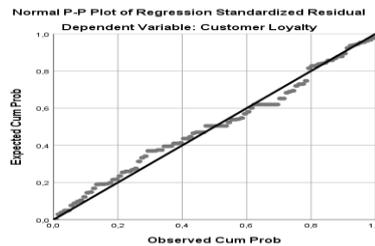
mengikuti garis bantu, maka hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Adapun data pada tabel histogram adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 3 Grafik histogram di olah 2023

Berdasarkan gambar grafik histogram pada gambar 4.3 di atas menunjukkan garis naik turun yang menyerupai gunung atau mengikuti garis bantu. Hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji selanjutnya adalah uji menggunakan *Normal P-Plot* yaitu apabila data data menyebar dan mengikuti garis diagonal, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila data menyebar dan tidak mengikuti garis diagonal pada grafik, maka data tidak terdistribusi secara normal, yang artinya model regresi data tersebut tidak memenuhi asumsi normal. Adapun uji *Normal P-Plot* adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 4 Grafik normal P-Plot diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa grafik keseluruhan mengikuti garis diagonal , maka menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Pengujian selanjutnya adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki signifikansi (2-tailed)  $> 0.05$ , sebaliknya apabila data memiliki signifikansi (2-tailed)  $< 0.05$  maka dapat dikatakan data tidak berdistribusi normal. Adapun penggunaannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji one- Sample kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.11150296
Most Extreme Differences	Absolute		.079
	Positive		.079
	Negative		-.078
Kolmogorov-Smirnov Z			.788
Asymp. Sig. (2-tailed)			.565

a. Test distribution is Normal.

Hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0.565 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi dengan normal dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

#### b. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua variabel independen dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation factor (VIF)* dan *Tolerance* *Nya*. Apabila nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  maka multikolinearitas dinyatakan terjadi. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Uji multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.310	.637		2.057	.042		
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011	.254	3.943
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000	.211	4.730
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042	.211	4.746

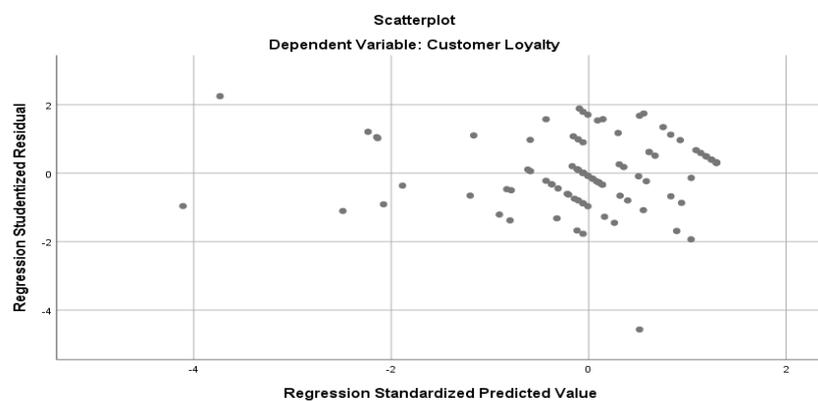
a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber olahan data SPSS 25

Hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai toleransi  $> 0.1$  dan VIF  $< 10.0$ . Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mencari apakah terdapat varian variabel yang berbeda. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat pada grafik *Scatter Plot*, yaitu pola-pola tertentu yang terbentuk dari titik-titik data. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 5 Hasil uji Heteroskedastisitas spss 25

Berdasarkan output scatterplots diatas dapat diketahui bahwa tidak ada terdapat pola yang jelas baik bergelombang, melebar atau menyempit serta tidak ada titik-titik pada data tersebut yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Cara selanjutnya adalah dengan uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel X dengan nilai variabel Y yang di prediksi. Absolute adalah nilai mutlak (semua nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas spss 25

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.476	.415		3.554	.001
E-Service Quality	-.036	.024	-.289	-1.479	.143
Service Features	.097	.051	.404	1.890	.062
System Quality	-.089	.068	-.283	-1.318	.191

a. Dependent Variable: ABS\_Res

Sumber olahan data SPSS 25

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas melalui uji glejser menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel independen memiliki nilai signifikansi  $> 0.05$ . Berdasarkan pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen terhadap variabel terikat serta menunjukkan arah hubungan antara *E service quality*, *Service features*, dan *System quality* terhadap *Customer loyalty*. Adapun hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Uji linier berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.310	.637		2.057	.042
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber olahan data SPSS 25

Berdasarkan data hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas didapat model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.310 + 0,097 X_1 + 0,314 X_2 + 0,213 X_3 + e$$

- a) Nilai koefisien regresi variabel *E service quality* (X1) menunjukkan angka sebesar 0,097 yang artinya setiap penambahan satu nilai *E service Quality* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,097. Hasil analisis menunjukkan bahwa *E service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- b) Nilai koefisien regresi variabel *System quality* (X2) menunjukkan angka sebesar 0,314 yang artinya setiap penambahan satu nilai *Service features* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,314. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service features* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.
- c) Nilai koefisien regresi variabel *System quality* (X3) menunjukkan angka sebesar 0,213 yang artinya setiap penambahan satu nilai *System quality* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,213. Hasil analisis menunjukkan bahwa *System quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a) Uji T parsial**

Uji ini bertujuan untuk menguji bagaimana hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Proses pengujian ini dapat dilihat dari hasil signifikansi atau *Sig* dengan membandingkan antara *t* hitung dengan *t* tabel. Uji *t* menggunakan tingkat signifikansi 5% atau ( 0.05 ) dan nilai *t* tabel sebesar 1,661.

Tabel 4. 15 Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.310	.637		2.057	.042
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber olahan data SPSS 25

1. Pengaruh *E-service quality* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *E-service quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,603 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

2. Pengaruh *Service features* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *Service features* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $4.000 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Service features* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

**3. Pengaruh *System quality* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.**

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *System quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2.058 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,42 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *System quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

**b) Uji f**

Uji ini digunakan untuk menguji kelayakan model dalam suatu penelitian. Menurut Ghozali di dalam (Stawati, 2020), uji f pada dasarnya itu menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh bersama-sama terhadap terhadap variabel dependen. Adapun penggunaannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi  $>0,05$ , maka model regresi yang dihasilkan tidak layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya.
- 2) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka model regresi yang dihasilkan layak untuk digunakan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4. 16 Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	386.692	3	128.897	101.172	.000 <sup>a</sup>
	Residual	122.308	96	1.274		
	Total	509.000	99			

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

b. Dependent Variable: Customer Loyalty

Sumber olahan data SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung dengan sebesar 101.172 dengan nilai signifikansi < 0,00. Nilai f tabel diperoleh sebesar 2,69.

Sehingga diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $101.172 > 2,69$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ke 3 variabel X, *E-Service quality*, *Service features*, dan, *System quality* berpengaruh terhadap variabel Y *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Sugiyono, 2021) digunakan untuk menentukan berapa persen yang diberikan variabel (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel (Y), atau seberapa besar kemampuan variabel (X) menggambarkan variabel (Y). nilai koefisien determinasi berada pada rentan nilai 0 – 1. Adapun hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 <sup>a</sup>	.760	.752	1.12874

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,752. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh *E- Service quality*, *Service features*, dan *System quality* terhadap *Customer loyalty* Nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile*. Koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 75, 2%. Sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

1. (H1) *E service quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji t dapat dijelaskan bahwa variabel *E-service quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,603 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-service*

*quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

2. (H2) *Service features* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji *t* Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *Service features* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $4,000 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Service features* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

3. (H3) *System quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan uji *t* dapat dijelaskan bahwa variabel *System quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,058 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,42 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *System quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

4. (H4) *E service quality*, *Service features* dan *System quality* berpengaruh positif secara simultan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi variabel *E Service quality*, *Service features*, dan *System quality* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta sebesar 75,2% dan 24,8% nya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

5. Adapun berdasarkan uji coefisien linier berganda variabel (X) yang paling berpengaruh pada, variabel (Y) *Customer Loyalty* pada penelitian ini adalah variabel (X2) atau H2, berdasarkan indikator kemudahan akses produk atau jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk, berdasarkan nilai beta *Unstandardized Coefficients* sebesar 314 dibandingkan variabel (X) lainnya.

Dapat disimpulkan bahwasanya *E Service quality* dan *System quality* pada aplikasi *BRI mobile* perlu ditingkatkan dan dikembangkan lagi.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi *Customer loyalty* atau loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi BRI *mobile* adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. *E Service quality*, berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
2. *Service Features*, berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
3. *System quality*, berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
4. *E Service quality*, *Service Features*, dan *System quality*, berpengaruh positif secara simultan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

#### B. Keterbatasan penelitian

1. Penelitian yang dilakukan tidak menggunakan jumlah sampel populasi yang sebenarnya karena akan melibatkan banyak pihak terkait dan akan memakan waktu yang sangat lama, akan tetapi penelitian ini hanya mengambil sebagian sampel responden berdasarkan rumus sampel pada jurnal terdahulu untuk meng efisienkan penelitian.

2. Berdasarkan hasil uji Simultan atau koefisien determinasi ke tiga variabel memiliki pengaruh simultan sebesar 75,2% dan sisanya 24,8% di pengaruhi oleh variabel lain diluar varibel yang diteliti.

### **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti masih memiliki keterbatasan, dan peneliti memberikan saran yang dapat digunakan untu peneliti selanjutnya:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menggunakan teknik pengujian yang berbeda untuk mendapatkan haril yang lebih akurat.
2. Bagi peneliti selajutnya diharapkan meneliti mobile banking lainya yang menjadi kompetitor dan lebih menarik,
3. Bagi peneliti selanjutnya di sarankan agar menggunakan variabel yang berbeda selain variabel yang diteliti untuk menghasilkan sebuah penelitian yang baru dan lebih baik dari penelitian sebelumnya.
4. Bagi perusahaan atau pihak BRI yang diteliti diharapkan dapat meningkatkan lagi pada kualitas layanan aplikasi BRI *mobile* agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor M banking dari industri perbankan lainya.
5. Bagi perusahaan BRI diharapkan memperhatikan kualitas elektronik layanan dan kualitas sistem yang disediakan pada aplikasi BRI *mobile* untuk lebih meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap layanan aplikasi BRI *mobile*.

**BAB VI**  
**NASKAH PUBLIKASI**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SERVICE FEATURES*  
DAN *SYSTEM QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE***

M Shalahuddin Al Rasyid<sup>1</sup>, Defia Ifsantin Maula<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sebuah kualitas layanan elektronik, fitur layanan, dan kualitas sistem, terhadap loyalitas nasabah BRI yang menggunakan aplikasi BRIMO (*BRI Mobile*) di Yogyakarta. Melalui pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari responden yang merupakan pengguna aplikasi melalui survei daring (*Google form*). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data digunakan untuk menguji hubungan variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan sebuah kualitas layanan elektronik, fitur layanan, dan kualitas sistem, terhadap loyalitas nasabah BRI yang menggunakan aplikasi BRIMO (*BRI Mobile*) di Yogyakarta. Berdasarkan hasil uji pengaruh secara simultan terhadap variabel *E Service quality*, *Service features*, dan *System quality* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta sebesar 75,2% dan 24,8% nya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti. Hal tersebut dapat dijadikan pembelajaran bahwa sebuah layanan yang berkualitas dapat memberikan kelayakan para pelanggan sehingga pelanggan tersebut mau menggunakan secara terus menerus sebuah layanan tersebut.

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*<sup>1</sup>, *Service Features*<sup>2</sup>, *System Quality*<sup>3</sup>, *Customer Loyalty*<sup>4</sup>.

**THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, SERVICE FEATURES  
AND SYSTEM QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY OF BRI  
CUSTOMERS USERS OF THE BRI MOBILE APPLICATION**

M Shalahuddin Al Rasyid<sup>1</sup>, Defia Ifsantin Maula<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of electronic service quality, service features and system quality on the loyalty of BRI customers who use the BRIMO (BRI Mobile) application in Yogyakarta. Through a quantitative approach, data is collected from respondents who are application users through dare surveys (Google form). The number of samples in this research was 100 respondents. Data analysis is used to test the relationship between these variables. The research results show that the quality of electronic services, service features and system quality have an impact on the loyalty of BRI customers who use the BRIMO (BRI Mobile) application in Yogyakarta. Based on the results of the simultaneous influence test on variable E. Service quality, service features and system quality have an influence on customer loyalty of BRI customers who use the BRI mobile application in Yogyakarta by 75.2% and 24.8% is influenced by variables other than the variables studied. This can be used as a lesson that a quality service can provide customer loyalty so that customers want to use the service continuously.*

**Keywords:** *E-Service Quality*<sup>1</sup>, *Service Features*<sup>2</sup>, *System Quality*<sup>3</sup>, *Customer Loyalty*<sup>4</sup>.

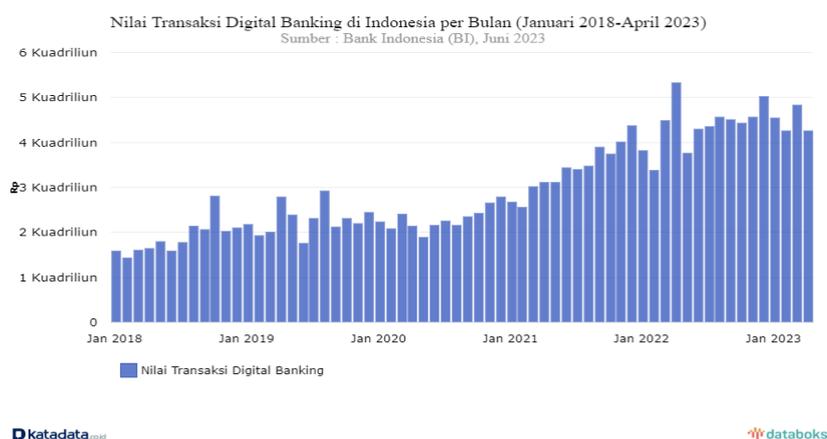
## **1. PENDAHULUAN**

Pergeseran industri ke arah teknologi digital, merupakan langkah yang banyak dilakukan oleh sebagian besar industri dalam meningkatkan layanannya, dengan melakukan transformasi menggunakan teknologi digital dapat membuat layanan menjadi lebih efisiensi serta merubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern dan praktis (Safira & Rahmanto, 2022). Internet merupakan

perkembangan yang saat ini sudah tidak lagi menjadi hal yang asing bagi masyarakat. Bahkan internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dalam kegiatan sehari-hari. Untuk mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan dengan praktis tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak, sehingga sebagian masyarakat lebih memilih cara tersebut dalam memenuhi kebutuhannya (Yuli, 2023).

*M-banking* adalah layanan jasa terhadap nasabah dalam bertransaksi dan fasilitasi dengan menggunakan jaringan internet melalui aplikasi yang dapat diakses menggunakan media *smartphone* atau HP (*Hand Phone*) untuk mendapatkan informasi kapanpun, dimanapun dengan cepat dan praktis (Loaba, 2022). Pertumbuhan internet banking di Indonesia telah mengalami kenaikan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Internet banking di Indonesia juga memiliki peran penting bagi berbagai macam kalangan sebagai sarana transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Adi, 2023).

Fenomena tersebut terjadi dengan seiring pesatnya perkembangan yang terjadi pada teknologi *mobile banking* di Indonesia, banyak nasabah yang sudah beralih dari layanan konvensional di cabang bank ke transaksi layanan online. Adapun nilai transaksi digital di Indonesia perbulan (Januari 2018- April 2023) adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Perkembangan digital Banking di Indonesia

Berdasarkan data bank BI mencatatkan transaksi digital banking di dalam negeri mencapai RP. 4.264,8 triliun atau hampir mencapai 4,3 kuadriliun. Nilai tersebut sesuai dengan klasifikasi Otoritas Jasa keuangan (OJK) yang mencakup dari berbagai macam fasilitas diantaranya mobile banking *Internet banking*, *SMS/mobile banking*, dan *Phone banking* (Adi, 2023). Meskipun sering kali mengalami dinamika dalam grafik pertumbuhan, jika diruntut dalam lima tahun kebelakang transaksi perbankan digital secara nasional sudah mengalami pertumbuhan sebesar 158% dibandingkan April 2018. Dapat disimpulkan bahwasanya perkembangan internet banking di Indonesia telah selaras dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah (Adi, 2023).

Menurut (Kotler philip, 2016) dalam (E-wom, Wisata, Niatan, & Ke, 2023), hal yang paling diperhatikan dalam sebuah layanan jasa adalah *Service quality* (kualitas layanan secara tradisional) bagaimana perusahaan penyedia jasa dapat meyakinkan atau membuat para *customer* kembali menggunakan layanan tersebut (Fajar, Susandy, & Apriandi, 2019). *E-Service Quality* (kualitas layanan elektronik) merupakan pembaruan dari *Service Quality* yang dimana sebuah kualitas layanannya disalurkan melalui media elektronik dengan memanfaatkan media seperti komputer dan media elektronik lainnya. *E service quality* di dalam M Banking diartikan bagaimana dan sejauh mana kualitas layanannya dapat membuat customer percaya, sehingga dapat menimbulkan loyalitas atau penggunaan berkelanjutan sarana layanan tersebut (Budiman, Yulianto, & Saifi, 2020).

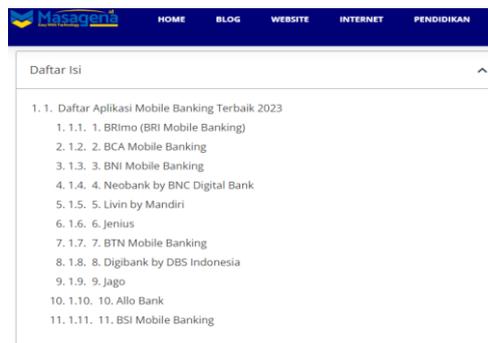
*Service Features* merupakan kelengkapan sebuah fitur pada layanan *internet banking*, yang membuat nasabah tertarik dan semakin percaya diri dalam menggunakan layanan karena kelengkapan fitur yang disediakan dirasa sudah memenuhi kebutuhan (Aprilia & Susanti, 2022). *System Quality* adalah bagaimana sebuah sistem bekerja dengan baik dan maksimal agar sesuai dengan yang diharapkan pengguna. *System Quality* dalam layanan *internet banking* bisa dijadikan ukuran karakteristik pada saat mengakses atau menggunakan layanan *internet banking* atau *M banking*, seperti kecepatan akses, memiliki keandalan

sistem yang baik sistem yang flexibel, kemudahan akses, dan menjamin keamanan akses (Natalia & Br Ginting, 2018).

BRI adalah salah satu industri perbankan dari beberapa industri perbankan lainnya, seperti BCA, BNI, dan Bank Mandiri yang melakukan pembaruan pada layanan jasa melalui sistem layanan *mobile banking* berupa aplikasi *BRI mobile* (Aris, 2023). Aplikasi *BRI mobile* diluncurkan pada bulan Februari pada tahun 2019. Aplikasi *BRI mobile* dihadirkan untuk menjawab kesulitan para nasabah yang menggunakan rekening BRI dalam melakukan transaksi. Selain memudahkan, aplikasi *BRI mobile* dirancang sebagai aplikasi terpadu yang menggabungkan fitur *mobile banking* dan *SMS banking* untuk menjadi platform transaksi digital dengan berbagai jenis transaksi secara instan (Emillia, Zainul, & Ade Mayvita, 2022).

Menurut masagena.id Aplikasi *BRI mobile* merupakan aplikasi *mobile banking* terbaik di Indonesia pada tahun 2023, dan telah mengembangkan pembaruan fitur yang tersedia, salah satunya Salah satu fitur yang disediakan aplikasi *BRI mobile* meliputi, digital saving atau membuka tabungan melalui aplikasi *BRI mobile*, pembayaran QR, *top up* dompet digital, hingga fitur pendukung lainnya seperti *fingerprint* dan *login face recognition*, versi terbaru *BRI mobile* juga memiliki tampilan *user interface* dan *user experience* yang semakin fresh (Emillia et al., 2022).

Berdasarkan data yang didapatkan BRI berhasil mencatatkan sebagai industri perbankan dengan aplikasi *mobile banking* terbaik di Indonesia, yaitu aplikasi *BRI mobile*. Adapun data urutan aplikasi *M banking* terbaik pada tahun 2023 adalah sebagai berikut:



Gambar 2 Aplikasi M Banking Terbaik Di Indonesia 2023

Berdasarkan gambar data diatas menunjukkan bahwa aplikasi BRI mobile mampu bersaing dengan aplikasi M banking lainnya yang baru berdiri pada tahun 2019 dibandingkan aplikasi M banking lainnya yang sudah lama berdiri (Adi, 2023). Aplikasi BRI mobile juga menempati posisi urutan pertama dengan jumlah pengguna atau pengunduh aplikasi di atas 10 juta. Para pengguna *Android* dan *iOS* memberikan nilai 4,7/5 pada *rating* aplikasi *BRI mobile*, hal tersebut membuat aplikasi *BRI mobile* terlihat lebih unggul dari M banking lainnya (Jatmiko, 2022).

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk mengetahui dan menguji hipotesis yang ditetapkan pada variabel independen dan variabel dependen (Aprilia & Susanti, 2022).

Desain penelitian ini menggunakan asosiatif kausal guna untuk mengetahui sebab dan akibat dari variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi). Adapun variabel bebas atau independen dalam penelitian ini yaitu *E service quality*, *service features*, dan *system quality* terhadap variabel terikat atau dependen yaitu *customer loyalty* nasabah Bank BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta (Sumarsan, 2021).

Penelitian ini menggunakan teori (SDL) *Service-Dominant Logic*. Dimana teori (SDL) *Service-Dominant Logic* ini menjelaskan perubahan baru pada pemasaran yang mengutamakan layanan dalam proses pertukaran. Menurut Vargo & Lusch (2004) dalam (melani zalyus, 2020) meyakini prespektif pemasaran terpusat pada logika baru, yaitu pemasaran yang menekankan keutamaan layanan dibandingkan sebuah barang atau produk. Dapat disimpulkan sebuah konsep pemasaran menurut teori *Service-Dominant Logic* terletak pada sebuah layanan terhadap pelanggan yang berbunyi “Service is the fundamental basis of exchange.” (melani zalyus, 2020).

Jumlah sampel responden sebanyak 100 orang. Peneliti juga memberikan 2 pertanyaan awal kepada responden berapa lama dan berapa kali responden menggunakan aplikasi *BRI mobile*, tujuannya adalah untuk mengetahui atau mengukur loyalitas konsumen dalam penggunaan layanan aplikasi *BRI mobile*. Adapun uraian pertanyaan yang ditujukan kepada responden adalah sebagai berikut:

- **Pernyataan** “berapa kali anda menggunakan aplikasi *BRI mobile*?” Berdasarkan pengumpulan data mengenai pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	presentase
1-2 kali seminggu	46	46%
1-2 kali sebulan	5	5%
3-4 kali seminggu	29	29%
3- 4 kali sebulan	20	20%
Total	100	100%

- **Pernyataan** “berapa lama anda menggunakan aplikasi *BRI mobile*?” Berdasarkan mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Lama Penggunaan Aplikasi

Keterangan	Jumlah	Presentase
1-2 Bulan	19	19%
3-4 Bulan	13	13%
5-6 Bulan	9	9%
>6 bulan	59	59%
Total	100	100%

Dari hasil pernyataan responden diatas, peneliti juga memberikan gambaran mengenai karakteristik responden guna melengkapi penelitian, yang meliputi jenis kelamin, rentang usia, dan pekerjaan atau kegiatan responden, adapun uraian karakteristik data responden tersebut sebagai berikut:

- **Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden deapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023

Berdasarkan tabel 4.4 tercatat dari 100 responden karakteristik jenis kelamin laki-laki lebih banyak menggunakan aplikasi *BRI mobile* dibanding responden dengan jenis kelamin perempuan. Yaitu sebanyak 54 responden laki-laki dengan persentase 54% dan sebanyak 46 responden perempuan dengan persentase 46%.

- **Karakteristik responden berdasarkan keterangan usia**

Berdasarkan karakteristik usia pada responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Usia Responden

Keterangan	Jumlah	persentase
18-25 tahun	86	86%
>25-35 tahun	10	10%
>35-45 tahun	2	2%
>45 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber data: Data primer yang di olah 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.6 terlihat bahwasanya responden yang paling banyak menggunakan aplikasi BRI *mobile* adalah responden yang berusia 18-25 tahun, jumlah 86 sebesar 86% persentasenya. Kemudian responden dengan usia lebih dari 25-35 tahun berjumlah 10 responden dan sebesar 10%. Untuk responden dengan usia lebih dari 35- 45 tahun berjumlah 2 sebesar 2%, untuk responden yang usianya lebih dari 45 tahun keatas hanya berjumlah 2 orang sebesar 2%.

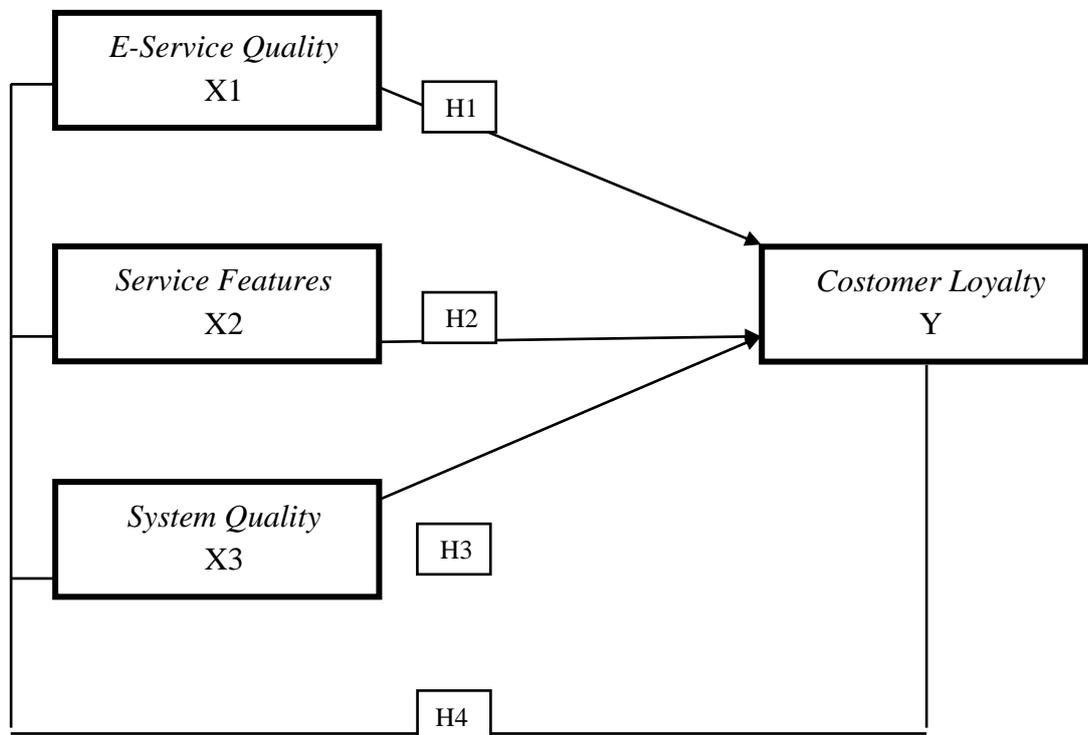
- **Karakteristik responden menurut status atau pekerjaan**

Berdasarkan karakteristik responden menurut status atau pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Karakteristik Status atau Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	78	78%
Karyawan Swasta	14	14%
Wira Swasta	8	8%
Total	100	100%

Berdasarkan keterangan tabel 4.7 menjelaskan bahwa dari 100 responden pengguna BRI *mobile paling* banyak di gunakan oleh mahasiswa yang berjumlah 78 responden dan sebesar 78%. untuk karyawan swasta berjumlah 14 respondem sebesar 14%. Kemudian pada keterangan wira swasta sebanyak 8 responden sebesar 8%. Adapun kerangka kerangka pemikiran yang ditetapkan pada penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Kerangka Berpikir

**Hipotesis:**

- H1:** *E-Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*.
- H2:** *H2: Service Features* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*
- H3:** *H3: System quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* nasabah rekening BRI dan pengguna aplikasi *BRI mobile*.
- H4:** *E-Service Quality, Service Features, dan System Quality* berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap *Customer Loyalty* rekening BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

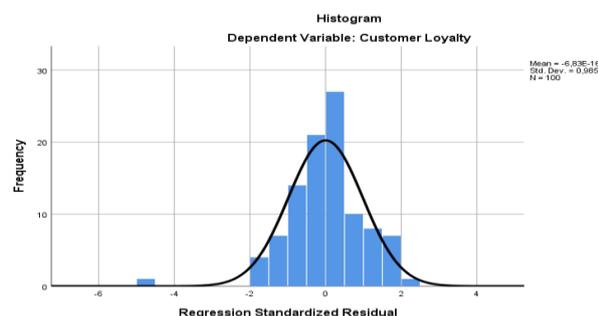
### 3. HASIL

#### A. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji dalam perhitungan statistik untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu data dalam sebuah penelitian. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah data yang ada berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas terdapat tiga cara yaitu dengan menggunakan grafik, *Normal P-P plot Regression Standardized Residual*, dan histogram pengujiannya menggunakan aplikasi SPSS 25 sebagai penentuan dasar dalam mengambil keputusan.

Pengambilan keputusan dasar pada tabel histogram yaitu jika grafik menunjukkan garis yang naik turun menyerupai gunung dengan mengikuti garis bantu, maka hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Adapun data pada tabel histogram adalah sebagai berikut:



Gambar 4 Grafik Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan gambar grafik histogram pada gambar 4.3 di atas menunjukkan garis naik turun yang menyerupai gunung atau mengikuti garis bantu. Hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

##### b. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua variabel independen dalam fungsi linear. Gejala adanya multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *Tolerance Nya*. Apabila

nilai VIF < 10 dan *Tolerance* VIF > 0,1 maka multikolinearitas dinyatakan terjadi. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.310	.637		2.057	.042		
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011	.254	3.943
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000	.211	4.730
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042	.211	4.746

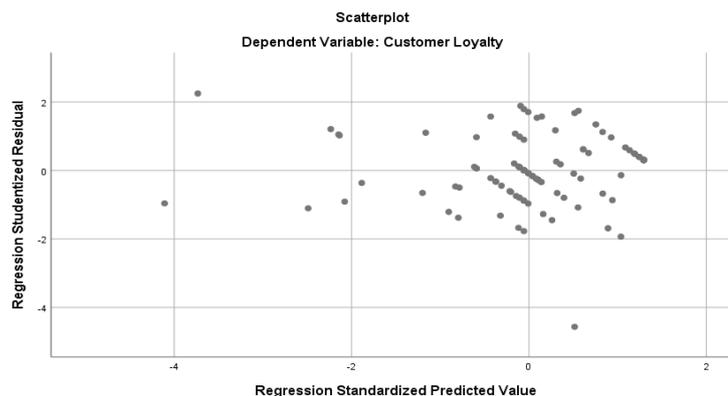
a. Dependent Variable:  
Customer Loyalty

1

kolinieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai toleransi > 0.1 dan VIF < 10.0. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam penelitian ini.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mencari apakah terdapat varian variabel yang berbeda. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat pada grafik *Scatter Plot*, yaitu pola-pola tertentu yang terbentuk dari titik-titik data. Adapun hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:



Gambar 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output scatterplots diatas dapat diketahui bahwa tidak ada terdapat pola yang jelas baik bergelombang, melebar atau menyempit serta tidak ada titik-titik pada data tersebut yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Cara selanjutnya adalah dengan uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residual. Residual adalah selisih antara nilai variabel X dengan nilai variabel Y yang di prediksi. Absolute adalah nilai mutlak (semua nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Glejser Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.476	.415		3.554	.001
	E-Service Quality	-.036	.024	-.289	-1.479	.143
	Service Features	.097	.051	.404	1.890	.062
	System Quality	-.089	.068	-.283	-1.318	.191

a. Dependent Variable: ABS\_Res

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas melalui uji glejser menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel independen memiliki nilai signifikansi > 0.05. Berdasarkan pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

### B. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil data analisis regresi linier berganda pada tabel 4.2.3 didapat model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.310 + 0,097 X_1 + 0,314 X_2 + 0,213 X_3 + e$$

Tabel 8 Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.310	.637		2.057	.042
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

- a. Nilai koefisien regresi variabel *E service quality* (X1) menunjukkan angka sebesar 0,097 yang artinya setiap penambahan satu nilai *E service Quality* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,097. Hasil analisis menunjukkan bahwa *E service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *System quality* (X2) menunjukkan angka sebesar 0,314 yang artinya setiap penambahan satu nilai *Service features* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,314. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Service features* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- c. Nilai koefisien regresi variabel *System quality* (X3) menunjukkan angka sebesar 0,213 yang artinya setiap penambahan satu nilai *System quality* maka akan menambah nilai *Customer loyalty* sebesar 0,213. Hasil analisis menunjukkan bahwa *System quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

### C. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Tabel 9 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.310	.637		2.057	.042
E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011
Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000
System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

- 1) Pengaruh *E-service quality* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *E-service quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,603 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- 2) Pengaruh *Service features* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *Service features* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $4.000 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,00 < 0,05$

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Service features* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

3) Pengaruh *System quality* terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *System quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2.058 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,42 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *System quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

b. Uji F

Tabel 10 Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	386.692	3	128.897	101.172	.000 <sup>a</sup>
Residual	122.308	96	1.274		
Total	509.000	99			

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

b. Dependent Variable: Customer Loyalty

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung dengan sebesar 101.172 dengan nilai signifikansi  $< 0,00$ . Nilai f tabel diperoleh sebesar 2,69. Sehingga diperoleh F hitung  $> F$  tabel yaitu  $101.172 > 2,69$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ke 3 variabel X, *E-Service quality*, *Service features*, dan, *System quality* berpengaruh terhadap variabel Y *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*.

#### D. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 <sup>a</sup>	.760	.752	1.12874

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,752. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh *E- Service quality*, *Service features*, dan *System quality* terhadap *Customer loyalty* Nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile*. Koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah 75, 2%. Sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

#### 4. PEMBAHASAN

- a. (H1) *E service quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji t dapat dijelaskan bahwa variabel *E-service quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,603 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,011 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *E-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi *BRI mobile* di Yogyakarta.

- b.** (H2) *Service features* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji t Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel *Service features* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $4,000 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Service features* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

- c.** (H3) *System quality* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan uji t dapat dijelaskan bahwa variabel *System quality* memiliki *t* hitung yang lebih besar dari *t* tabel yaitu  $2,058 > 1,661$ . Selain itu nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $0,42 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *System quality* memiliki pengaruh positif terhadap nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

- d.** (H4) *E service quality*, *Service features* dan *System quality* berpengaruh positif secara simultan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi variabel *E Service quality*, *Service features*, dan *System quality* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta sebesar 75,2% dan 24,8% nya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

- e.** Adapun berdasarkan uji coefisien linier berganda variabel (X) yang paling berpengaruh pada, variabel (Y) Customer Loyalty pada penelitian ini adalah variabel (X2) atau H2, berdasarkan indikator kemudahan akses produk atau jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk, berdasarkan nilai beta *Unstandardized Coefficients* sebesar 314 dibandingkan variabel (X) lainnya.

Dapat disimpulkan bahwasanya E Service quality dan System quality pada aplikasi BRI *mobile* perlu ditingkatkan dan dikembangkan lagi.

## 5. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi *Customer loyalty* atau loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi BRI *mobile* adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) *E Service quality*, berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
- 2) *Service Features*, berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
- 3) *System quality*, berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *mobile* di Yogyakarta.
- 4) *E Service quality*, *Service Features*, dan *System Quality*, berpengaruh positif secara simultan terhadap *Customer loyalty* nasabah BRI pengguna aplikasi BRI *Mobile* di Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2023). Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aris, S. (2023). Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia 2023.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11.
- E-wom, A. P., Wisata, C., Niatan, T., & Ke, B. (2023). Data Jumlah Pengunjung Tiap Bulan Pada Tahun 2022, 1(1), 1–14.
- Emillia, S., Zainul, M., & Ade Mayvita, P. (2022). Kebijakan Pemanfaatan Aplikasi BRIMO Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Al-Ulum Imnu Sosial Dan Humaniora*, 8(5), 33–41.
- Fajar, M., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). E-Trust and E-Service Quality Influence on E-Loyalty Users of Bni E-Banking in Subang District. *JABI*

- (*Journal of Accounting and Business Issues*), 1(1), 47–53.
- Jatmiko, L. D. (2022). “Top 10 Aplikasi Bank di Indonesia, Siapa yang Terbanyak Diunduh.”
- Kotler philip, keller kevin lane. (2016). *Marketing managemen Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. London: pearson education.
- Loaba, S. (2022). The impact of mobile banking services on saving behavior in West Africa. *Global Finance Journal*, 53(February), 100620. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100620>
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.21154/etihad.v2i1.3953>
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Yuli, N. (2023). pengguna internet di indonesia 2023. *Indonesiabaik.Id*.
- Adi, A. (2023). Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aris, S. (2023). Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia 2023.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11.
- E-wom, A. P., Wisata, C., Niatan, T., & Ke, B. (2023). Data Jumlah Pengunjung Tiap Bulan Pada Tahun 2022, 1(1), 1–14.
- Emillia, S., Zainul, M., & Ade Mayvita, P. (2022). Kebijakan Pemanfaatan Aplikasi BRIMO Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Al-Ulum Imnu Sosial Dan Humaniora*, 8(5), 33–41.
- Fajar, M., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). E-Trust and E-Service Quality Influence on E-Loyalty Users of Bni E-Banking in Subang District. *JABI (Journal of Accounting and Business Issues)*, 1(1), 47–53.
- Jatmiko, L. D. (2022). “Top 10 Aplikasi Bank di Indonesia, Siapa yang Terbanyak Diunduh.”
- Kotler philip, keller kevin lane. (2016). *Marketing managemen Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. London: pearson education.
- Loaba, S. (2022). The impact of mobile banking services on saving behavior in

- West Africa. *Global Finance Journal*, 53(February), 100620. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100620>
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.21154/etihad.v2i1.3953>
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Yuli, N. (2023). pengguna internet di indonesia 2023. *Indonesiabaik.Id*.
- Adi, A. (2023). Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aris, S. (2023). Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia 2023.
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11.
- E-wom, A. P., Wisata, C., Niatan, T., & Ke, B. (2023). Data Jumlah Pengunjung Tiap Bulan Pada Tahun 2022, 1(1), 1–14.
- Emillia, S., Zainul, M., & Ade Mayvita, P. (2022). Kebijakan Pemanfaatan Aplikasi BRIMO Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Al-Ulum Imnu Sosial Dan Humaniora*, 8(5), 33–41.
- Fajar, M., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). E-Trust and E-Service Quality Influence on E-Loyalty Users of Bni E-Banking in Subang District. *JABI (Journal of Accounting and Business Issues)*, 1(1), 47–53.
- Jatmiko, L. D. (2022). “Top 10 Aplikasi Bank di Indonesia, Siapa yang Terbanyak Diunduh.”
- Kotler philip, keller kevin lane. (2016). *Marketing managemen Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. London: pearson education.
- Loaba, S. (2022). The impact of mobile banking services on saving behavior in West Africa. *Global Finance Journal*, 53(February), 100620. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100620>
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–

164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan LinkAja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.21154/etihad.v2i1.3953>
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Yuli, N. (2023). pengguna internet di indonesia 2023. *Indonesiabaik.Id*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Adi, A. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Databooks.Id. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spip/Pages/SPIP-Mei-2023.aspx>
- Ajjjah, J. H., & Selvi, E. (2021). *Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa*. 13(2), 232–236.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Aris, S. (2023). *Aplikasi Mobile Banking Terbaik di Indonesia 2023*. Masagena.Id. <https://masagena.id/blog/aplikasi-mobile-banking/>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- E-wom, A. P., Wisata, C., Niatan, T., & Ke, B. (2023). *Data Jumlah Pengunjung Tiap Bulan Pada Tahun 2022*. 1(1), 1–14.
- Emillia, S., Zainul, M., & Ade Mayvita, P. (2022). Kebijakan Pemanfaatan Aplikasi BRIMO Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Al-Ulum Imnu Sosial Dan Humaniora*, 8(5), 33–41.

- Fajar, M., Susandy, G., & Apriandi, D. W. (2019). E-Trust and E-Service Quality Influence on E-Loyalty Users of Bni E-Banking in Subang District. *JABI (Journal of Accounting and Business Issues)*, 1(1), 47–53. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/jabi>
- Jatmiko, L. D. (2022). “Top 10 Aplikasi Bank di Indonesia, Siapa yang Terbanyak Diunduh.” *Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20220524/90/1536318/top-10-aplikasi-bank-di-indonesia-siapa-yang-terbanyak-diunduh-dan-dapat-bintang-ya>
- Kotler philip, keller kevin lane. (2016). *Marketing managemen Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. London: pearson education. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=967747>
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya*, 5(2), 1479–1489. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.711>
- Kusindriani, N. (2023). *5 Bank Nasional Tertua di Indonesia, Ada yang Berdiri Sejak 1895*. Cekaja.Com. <https://www.cekaja.com/info/bank-nasional-tertua-di-indonesia#:~:text=PT Bank Rakyat Indonesia Tbk,ini dengan nama Bank BRI>
- Loaba, S. (2022). The impact of mobile banking services on saving behavior in West Africa. *Global Finance Journal*, 53(February), 100620. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100620>
- Masruroh, D., Harapan, R. S., & Wibisono, D. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Monokrom Store Yogyakarta). *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 112–128. <https://doi.org/10.53866/jimi.v3i2.283>
- melani zalyus, firda. (2020). Memepertimbangkan Perspektif Service-Dominant Logic Sebagai Strategi Pemasaran Di Agro Tawon Wisata Petik Madu, Lawang. *Profit*, 14(02), 21–31. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.3>
- Meliana, Sulistiono, Budi Setiawan, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian STUDI KASUS PADA GIANT HYPERMARKET. *Jimkes*, 1(3), 8.
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- PG, D., Setyawati, N. W., & Muhammad Richo Rianto. (2022). EASE of USE, CONVENIENCE, TRUST, and INTENTION to USE MOBILE BANKING. *Journal of Economic ...*, 11(3), 62–70. <http://www.ojs.spiruharet.ro/index.php/jedep/article/view/753>
- Safira, R. E., & Rahmanto, D. N. A. (2022). Islamic Branding Experience dan Customer Citizenship Behaviour terhadap Keputusan Menggunakan Layanan

- LinkAja Syariah. *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.21154/etihad.v2i1.3953>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Shankar, A., & Jebarajakirthy, C. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1119–1142. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0063>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen ). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64.
- Stawati, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, Volume 6(November), 147–157. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971>
- Sumarsan. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Tjiptono. (2002). *No Title*. 22 05 2023. <http://ejournal.uajy.ac.id/8791/3/2EM14782.pdf>
- Wibisono Dimas, Ariyani Asri, B. R. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Alma Ata. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 1897.
- Yuli, N. (2023). pengguna internet di indonesia 2023. *Indonesiabaik.Id*. <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara,sebanyak 210%2C03 juta pengguna.>
- Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., Wang, X., Mai, X., & Xu, H. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(2001). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102424>

**LAMPIRAN 01**  
**KUESIONER PENELITIAN**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<i>E Service quality (X1)</i>  (Budiman et al., 2020)					
X1.1	Saya merasa menu yang ada pada aplikasi BRImo memudahkan saya dalam melakukan transaksi					
X1.2	Saya merasa aplikasi BRImo adalah aplikasi yang memiliki kecepatan akses dan bisa digunakan kapan saja					
X1.3	Saya merasa aplikasi BRImo fungsional dan memiliki keakuratan dalam setiap transaksi					
X1.4	Saya yakin aplikasi BRImo menjaga keamanan dan privasi data saya					
X1.5	Saya merasa aplikasi BRImo tanggap dalam dalam transaksi yang tertunda dan memberi garnasi saat terjadi kejanggalan					
X1.6	Saya merasa menu yang ada pada aplikasi BRImo menyediakan layanan kontak ketika membutuhkan informasi					
X1.7	Saya merasa aplikasi BRImo selalu memperbaiki sistem atau bug dan bertanggung jawab saat terjadi kegagalan dalam melakukan transaksi					

X1.8	Saya merasa aplikasi BRImo memberikan kualitas pelayanan yang saya inginkan					
------	---	--	--	--	--	--

No	Pernyataan	jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<i>service features (X2)</i> (Aprilia & Susanti, 2022)					
X2.1	Saya merasa aplikasi BRImo memberikan akses kemudahan dalam bertransaksi					
X2.2	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki berbagai macam akses transaksi					
X2.3	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki berbagai fitur					
X2.4	Saya merasa aplikasi BRImo selalu melakukan inovasi layanan.					

No	Pernyataan	jawaban				
	<i>System quality (X3)</i> (Amarin & Wijaksana, 2021)	SS	S	N	TS	STS
X3.1	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki sistem waktu respon yang baik dan bisa digunakan kapan saja					
X3.2	Saya merasa aplikasi BRImo memiliki keandalan sistem yang baik					
X3.3	Saya merasa aplikasi BRImo selalu memperbaiki kesalahan sistem setelah update					

No	Pernyataan	jawaban				
	<i>Customer loyalty (Y)</i> (Hidayah, 2021)	SS	S	N	TS	STS
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya mengatakan hal positif pada aplikasi BRImo					
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain					
Y	Setelah saya menggunakan aplikasi BRImo, saya akan menggunakan kembali aplikasi BRImo di lain waktu.					

**LAMPIRAN 02**  
**DEMOGRAFI RESPONDEN**

Jenis Kelamin

Laki-Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

Pekerjaan

Mahasiswa	78	78%
Karyawan Swasta	14	14%
Wira Swasta	8	8%
Total	100	100%

Usia

19	2	2%
20	6	6%
21	25	25%
22	31	31%
23	14	14%
24	4	4%
25	4	4%
26	1	1%
27	2	2%
28	2	2%
30	2	2%
34	2	2%
35	1	1%
40	1	1%
45	1	1%
51	1	1%
60	1	1%
Total	100	100%

Berapa lama anda menggunakan mobile banking brimo dalam 6 terakhir

1-2 Bulan	19	19%
3-4 Bulan	13	13%
5-6 Bulan	9	9%
6 Bulan Lebih	59	59%
Total	100	100%

Berapa kali anda menggunakan Aplikasi BRI mobile

1-2 kali seminggu	46	46%
1-2 kali sebulan	5	5%
3-4 kali seminggu	29	29%
3- 4 kali sebulan	20	20%
Total	100	100%

## LAMPIRAN 03

## HASIL UJI

## Hasil Uji Validitas

## Variabel X1

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	E-Service Quality
X1.1	Pearson Correlation	1	.725**	.679**	.658**	.595**	.673**	.491**	.568**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.725**	1	.592**	.722**	.575**	.618**	.528**	.572**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.679**	.592**	1	.625**	.635**	.686**	.559**	.600**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.658**	.722**	.625**	1	.568**	.519**	.566**	.597**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.595**	.575**	.635**	.568**	1	.683**	.582**	.672**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.673**	.618**	.686**	.519**	.683**	1	.559**	.702**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.491**	.528**	.559**	.566**	.582**	.559**	1	.635**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.568**	.572**	.600**	.597**	.672**	.702**	.635**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
E-Service Quality	Pearson Correlation	.829**	.825**	.823**	.809**	.818**	.834**	.751**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Variabel X2****Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Service Features
X2.1	Pearson Correlation	1	.800**	.741**	.719**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.800**	1	.792**	.805**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.741**	.792**	1	.822**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.719**	.805**	.822**	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Service Features	Pearson Correlation	.893**	.930**	.916**	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Variabel X3****Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	System Quality
X3.1	Pearson Correlation	1	.742**	.762**	.908**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.742**	1	.799**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.762**	.799**	1	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
System Quality	Pearson Correlation	.908**	.923**	.927**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Variabel Y****Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Customer Loyalty
Y.1	Pearson Correlation	1	.706**	.658**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.706**	1	.555**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.658**	.555**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Customer Loyalty	Pearson Correlation	.901**	.881**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Hasil Uji Reliabilitas****Variabel X1****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	8

**Variabel X2****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items

**Reliability Statistics**

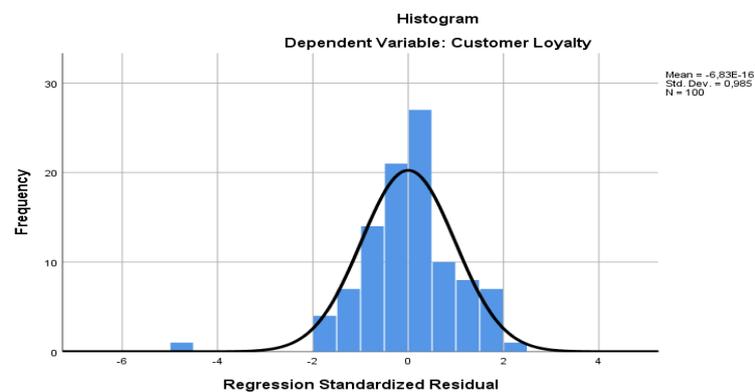
Cronbach's Alpha	N of Items
.934	4

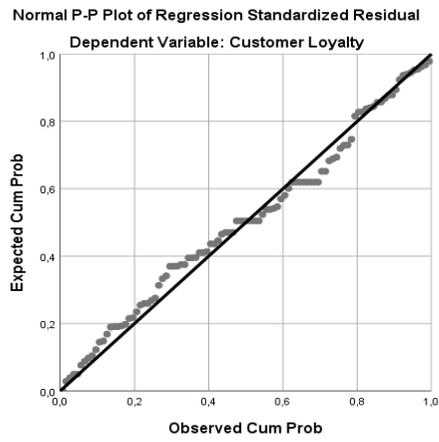
**Variabel X3****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	3

**Variabel Y****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

**UJI NORMALITAS**



**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11150296
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.788
Asymp. Sig. (2-tailed)		.565
a. Test distribution is Normal.		

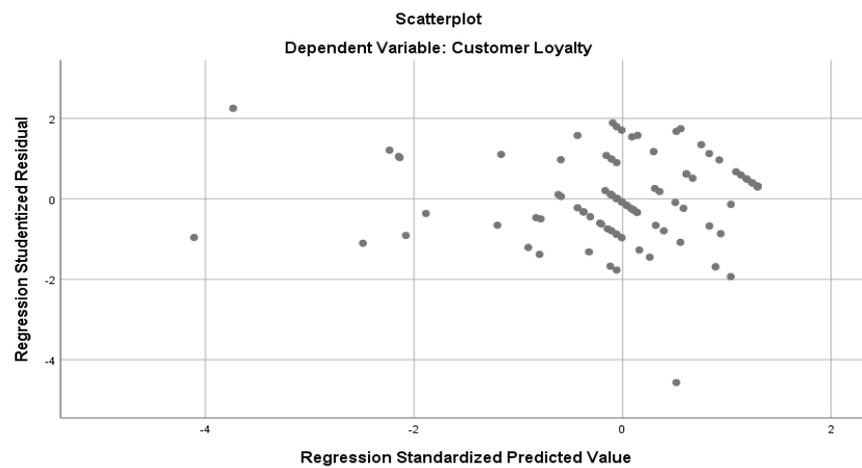
### Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.310	.637		2.057	.042		
	E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011	.254	3.943
	Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000	.211	4.730
	System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042	.211	4.746

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



## UJI GLEJSER

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.476	.415		3.554	.001
	E-Service Quality	-.036	.024	-.289	-1.479	.143
	Service Features	.097	.051	.404	1.890	.062
	System Quality	-.089	.068	-.283	-1.318	.191

a. Dependent Variable: ABS\_Res

## Hasil Uji Hipotesis

### UJI T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.310	.637		2.057	.042
	E-Service Quality	.097	.037	.259	2.603	.011
	Service Features	.314	.078	.435	4.000	.000
	System Quality	.213	.104	.224	2.058	.042

a. Dependent Variable: Customer Loyalty

### UJI F

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	386.692	3	128.897	101.172	.000 <sup>a</sup>
	Residual	122.308	96	1.274		
	Total	509.000	99			

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

b. Dependent Variable: Customer Loyalty

## Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 <sup>a</sup>	.760	.752	1.12874

a. Predictors: (Constant), System Quality, E-Service Quality, Service Features

## LAMPIRAN 04

### SURAT PERSETUJUAN LAYAK ETIK

 <p><b>Universitas Alma Ata</b></p>	<p style="text-align: right; font-size: small;">Jl. Brawijaya 99, Yogyakarta 55183 Telp. (0274) 4342288, 4342270 Fax. (0274) 4342269 www.almaata.ac.id   info@almaata.ac.id</p> <p style="text-align: center;"><b>PERSETUJUAN LAYAK ETIK (ETHICS APPROVAL)</b> Nomor: KE/AA/X/10111252/EC/2023</p>
Judul penelitian	: Pengaruh <i>E-Service Quality</i> , <i>Service Features</i> dan <i>System Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Nasabah BRI Pengguna Aplikasi BRI Mobile di Yogyakarta
Dokumen yang disetujui	: 1. Protokol penelitian 2. Lembar informasi terhadap subjek 3. Lembar persetujuan ( <i>informed consent</i> )
Peneliti utama	: M Shalahuddin Al Rasyid
Pembimbing/supervisor	: Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC
Tanggal disetujui	: 24 Oktober 2023 <i>(Valid hingga satu tahun dari tanggal persetujuan)</i>
Tempat penelitian	: di Bank BRI KCP Unit Wirobrajan
<p>Komisi Etik Penelitian Universitas Alma Ata menyatakan bahwa penelitian tersebut di atas telah memenuhi prinsip-prinsip etika sesuai dengan Deklarasi Helsinki 2008. Oleh karena itu, penelitian tersebut dapat dilaksanakan.</p> <p>Komisi Etik Penelitian Universitas Alma Ata memiliki hak untuk memonitor aktivitas penelitian tersebut kapan saja.</p> <p>Peneliti wajib untuk menyerahkan:</p> <p><input type="checkbox"/> Laporan kemajuan sebagai telah berkelanjutan (<i>continuing review</i>): tahunan</p> <p><input type="checkbox"/> Laporan efek samping penelitian yang serius (<i>serious adverse event/SAE</i>)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Laporan akhir setelah menyelesaikan penelitian</p>	
<p style="font-size: small;">Ketua,</p>  <p style="font-size: small;">dr. Choirul Anwar, M.Kes</p>	<p style="font-size: small;">Sekretaris,</p>  <p style="font-size: small;">Fatimah, S.SIT.,M.Kes.</p>
	
<p style="font-style: italic; font-size: small;">The University that never ends with its innovation</p>	

## LAMPIRAN 05

### SURAT IZIN PENELITIAN



Jl. Brawijaya 99, Yogyakarta 55183  
Telp. (0274) 4342288, 4342270 Fax. (0274) 4342269  
www.almaata.ac.id uaa@almaata.ac.id

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Nomor : 102/B/SM/FEB/UA/V/2023  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

**Kepada Yth.**  
**Bapak/Ibu Pimpinan Bank BRI KCP Unit Wirobrajan**  
**Di Tempat**

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Salam sejahtera kami sampaikan semoga Allah SWT. Selalu melimpahkan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada kita semua. Amin.

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk penyelesaian skripsi bagi mahasiswa Universitas Alma Ata, atas nama :

Nama : M Shalahuddin Al Rasyid  
NIM : 192400083  
Prodi : S1 Manajemen  
Semester : 08 (Delapan)  
No. Telp : 082352336661  
Tanggal Penelitian : 22 Juni 2023- 30 Juli 2023  
Tempat : Bank BRI KCP UNIT WIROBRAJAN  
Keperluan : Penelitian  
Judul Skripsi : PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *SERVICE FEATURES*, DAN *SYSTEM QUALITY* TERHADAP NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE* (STUDI KASUS PADA NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI *BRI MOBILE* DI YOGYAKARTA)

Pembimbing Skripsi : Defia Ifsantin Maula , S.I.P., M.B.A., CEC

Maka dengan ini kami mohon Bapak/Ibu memberikan izin untuk pelaksanaan kegiatan tersebut.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

**Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis**  
**Universitas Alma Ata**

  
**Defia Ifsantin Maula, S.I.P., M.B.A., CEC**

Tembusan:  
1. Mahasiswa yang bersangkutan  
2. Arsup

## LAMPIRAN 06

### CEK PLAGIARIZEM



## Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 9%

Date: Saturday, November 11, 2023

Statistics: 856 words Plagiarized / 9906 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

M SHALAHUDDIN AL RASYID NIM 192400083 **BAB I PENDAHULUAN A. Latar Belakang**

**Masalah** Pergeseran industri ke arah teknologi digital, atau digitalisasi industri merupakan bisnis yang beroperasi dengan melakukan transformasi **menggunakan teknologi digital untuk** mengotomatisasi, meningkatkan efisiensi, meningkatkan kualitas, dan merubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern (Safira & Rahmanto, 2022). Banyak perusahaan dan perindustrian bisnis yang bergerak maju dengan memanfaatkan teknologi tersebut. Salah satu contohnya adalah teknologi internet (Zhou et al., 2021).

Internet saat ini sudah tidak lagi menjadi hal yang asing bagi masyarakat. Bahkan internet merupakan kebutuhan bagi masyarakat dalam kegiatan sehari-hari untuk mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan dengan praktis, tanpa harus mengeluarkan biaya yang banyak, sehingga sebagian masyarakat lebih memilih cara tersebut dalam memenuhi kebutuhannya (Yuli, 2023). Hal tersebut didukung dengan adanya data survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).

APJII merupakan sebuah lembaga asosiasi yang bergerak di bidang pengembangan internet digital yang ada di Indonesia sebagai sarana penyedia informasi dan komunikasi global yang bertujuan membantu terciptanya peluang bagi pelaku bisnis dan usaha (Yuli, 2023). Berikut adalah data survei penggunaan internet yang mengalami peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun. **Gambar 1. 1 Perkembangan Internet di Indonesia** Data survei menyatakan **pengguna internet di Indonesia** Pada periode 2017 berjumlah 54,68%, sebesar 143,26 juta populasi kemudian pada 2018 pengguna internet jumlah populasinya meningkat 64,8%, yaitu sebesar 171,17 juta populasi kemudian, pada periode 2019-2020 mengalami peningkatan kembali 73,70% menjadi 196,71 juta populasi (Yuli, 2023). Pada periode

**LAMPIRAN 07**  
**SERTIFIKAT PERMATA**






**Sertifikat**  
**PERMATA**

No.1000/B/SK/PERMATA/XII-2022

Universitas Alma Ata Yogyakarta memberikan penghargaan kepada :

**M. Shalahudin Al Rasyid**  
Sebagai  
**PESERTA**

Dalam acara PERMATA (Pesona Rangkaian Masa Ta'aruf) Universitas Alma Ata  
"Dari sini kita bangun masa depan cerah dan Indonesia emas yang tangguh dan gagah"  
yang dilaksanakan pada Sabtu-Jum'at, 10-16 September 2022

Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan,Keagamaan  
dan Alumni Universitas Alma Ata



Dr.H.Akhsanul Fuadi,S.Ag.,M.Pd.I

Ketua Panitia



Khusnia Zahrotul Jannah

**LAMPIRAN 08**  
**SERTIFIKAT ALTC**

ALMA ATA LANGUAGE TRAINING CENTRE ALMA ATA COLLEGE YOGYAKARTA	
<b>AAEPT TEST SCORE REPORT</b>	
<i>Full Name</i>	: MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID
<i>Test Date</i>	: November 24, 2022
SECTION	SCORE
Section 1 : Listening Comprehension	56
Section 2 : Structure and Written Expression	67
Section 3 : Vocabulary and Reading Comprehension	37
<b>TOTAL SCORE</b>	<b>534</b>
Yogyakarta, November 30, 2022 Head of Alma Ata Language Training Centre	
 Alma Ata Erika Novrianti, S.Pd., M.A.	
Erika Novrianti, S.Pd., M.A.	

ALMA ATA LANGUAGE TRAINING CENTRE ALMA ATA COLLEGE YOGYAKARTA	
<b>THIS IS TO CERTIFY THAT</b>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">             MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID           </div>	
<i>Has Participated Completely in</i> <b>"Training of AAEPT"</b> <i>Conducted on January - July 2022</i>	
Yogyakarta, November 18, 2022 Head of Alma Ata Language Training Centre	
 Alma Ata Erika Novrianti, S.Pd., M.A.	
Erika Novrianti, S.Pd., M.A.	

**LAMPIRAN 09**  
**SERTIFIKAT LPBA**



## LAMPIRAN 10

### CV PRIBADI

#### CV PRIBADI

##### A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	M Shalahuddin Al Rasyid
2	Jenis Kelamin	Laki laki
3	Jabatan Fungsional ( <i>jika ada</i> )	-
4	NIM	192400083
5	NIDN ( <i>jika ada</i> )	-
6	Tempat, Tanggal Lahir	Menggala, 10 September 2000
7	E-mail	<a href="mailto:192400083@almaata.ac.id">192400083@almaata.ac.id</a>
8	Nomor Telepon/HP	082352336661
9	Alamat	Banu Ayu, Kecamatan Buay Pemuka Peliung, Kabupaten Oku Timur, Sumatra Selatan

##### B. Riwayat Pendidikan

NO	PENDIDIKAN	TAHUN MASUK	TAHUN KELUAR
1	SD	2006	2012
2	SMP	2012	2015
3	SMA	2015	2018
4	PT	2019	
	Dst.		

Yogyakarta, 12 Juni 2023

(M Shalahuddin Al Rasyid )

f

Rahasia

**FORMULIR NILAI AKHIR SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR MAHASISWA  
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA**

---

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID  
NIM : 192400083  
Prodi : MNJ  
Judul KTI/Skripsi : PENGARUH E-SERVICE QUALITY, SERVICE FEATURES DAN SYSTEM QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE (STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE DI YOGYAKARTA)

No.	Nama Penguji	Kedudukan Penguji	Nilai (N)
1	DIMAS WIBISONO , S.E.,M.B.A.	Ketua Dewan Penguji	..... (N1)
2	DEFIA IFSANTIN MAULA S.I.P. M.B.A.	Pembimbing	..... (N2)
3	SILVIA WANINHIYUN PUSPITA SARI , S.E.,M.Sc.	Penguji	..... (N3)

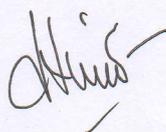
**Hasil Ujian**

Rata-rata Nilai $\left(\frac{N1+N2+N3}{3}\right)$	
Nilai Mutu	

**Ketentuan Nilai Mutu**

No	Skor Absolut	Huruf Mutu	Angka Mutu
1	80 - 100	A	4
2	75 - 79.99	AB	3.5
3	70 - 74.99	B	3
4	65 - 69.99	BC	2.5
5	60 - 64.99	C	2
6	50-59.99	D	1
7	<50	E	0

Yogyakarta, 14 November 2023  
Ketua Dewan Penguji



DIMAS WIBISONO , S.E.,M.B.A.

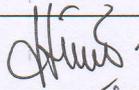
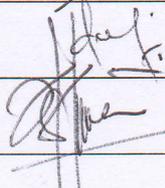
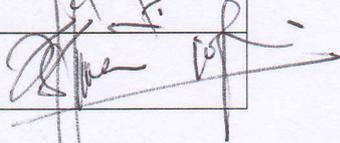
**BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR  
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA**

---

Pada hari ini **Selasa**, tanggal **14 November 2023**, jam **13:30 WIB** sampai Jam ..... WIB, telah dilaksanakan Ujian Pendadaran KTI/Skripsi mahasiswa berikut:

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD SHALAHUDDIN ALRASYID  
NIM : 192400083  
Prodi : MNJ  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH E-SERVICE QUALITY, SERVICE FEATURES DAN SYSTEM QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY NASABAH BRI PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE (STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI BRI MOBILE DI YOGYAKARTA)

Ujian Proposal KTI/Skripsi ini dihadiri oleh dewan penguji sebagai berikut:

No.	Nama Penguji	Kedudukan Penguji	Tanda Tangan
1	DIMAS WIBISONO , S.E.,M.B.A.	Ketua Dewan Penguji	
2	DEFIA IFSANTIN MAULA S.I.P. M.B.A.	Pembimbing	
3	SILVIA WANINHIYUN PUSPITA SARI , S.E.,M.Sc.	Penguji	

Dewan penguji menyetujui bahwa hasil ujian Pendadaran Tugas Akhir mahasiswa tersebut di atas adalah sebagai berikut:

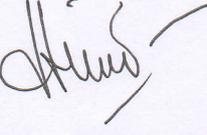
- a. Nilai Angka .....
- b. Nilai Huruf .....

Berdasarkan hasil tersebut maka proposal KTI/Skripsi tersebut di atas dinyatakan (lingkari salah satu):

- 1. Lulus sempurna;
- 2. Lulus dengan perbaikan dalam waktu ..... hari.
- 3. Mengulang Uji Pendadaran setelah perbaikan dalam waktu ..... hari.  
catatan: .....  
.....  
.....
- 4. Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mahasiswa Teruji,  


Ketua Dewan Penguji,  
  
DIMAS WIBISONO , S.E.,M.B.A.

Berita acara ini :  
1. Untuk arsip Prodi 1 lembar