

PENGARUH FITUR *MOBILE BANKING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BRI *MOBILE BANKING* (BRIMO) PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT ANGKATAN 2020
THE IMPACT OF MOBILE BANKING FEATURES AND SERVICE QUALITY ON USER SATISFACTION OF BRI MOBILE BANKING (BRIMO) AMONG STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, SAM RATULANGI UNIVERSITY CLASS OF 2020

Clara Meiflin Stevani Lukas ¹, Frederik G. Worang ², Jacky S. B. Sumarauw ³

¹²³Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Universitas Sam Ratulangi Manado

Correspondence		
Email: ¹ meiflinlukas@gmail.com , ² frederikworang@gmail.com , ³ jacky.sbs@unsrat.ac.id	No. Telp:	
Submitted 26 Januari 2025	Accepted 2 Januari 2025	Published 3 Februari 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur *mobile banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna BRI *Mobile Banking* (BRIMO) di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi angkatan 2020. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (fitur *mobile banking* dan kualitas layanan) dan variabel dependen (kepuasan pengguna). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan fitur *mobile banking* sebagai faktor yang lebih dominan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengembangan layanan BRIMO yang lebih optimal.

Kata Kunci: Fitur *Mobile Banking*, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna

ABSTRACT

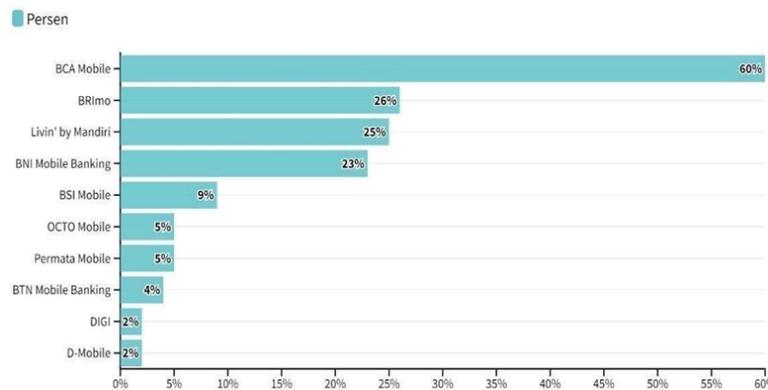
This study aims to analyze the impact of mobile banking features and service quality on user satisfaction of BRI Mobile Banking (BRIMO) among students of the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University, class of 2020. The method employed is a quantitative approach using multiple linear regression analysis to examine the relationship between independent variables (mobile banking features and service quality) and the dependent variable (user satisfaction). Data were collected through a questionnaire distributed to 100 respondents. The results indicate that both factors significantly influence user satisfaction, with mobile banking features being the more dominant factor. These findings are expected to provide recommendations for optimizing BRIMO services..

Keywords: *Mobile Banking Features, Service Quality, User Satisfaction*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai *platform* untuk transfer uang atau cek saldo, tetapi juga menyediakan layanan yang lebih kompleks, seperti pembayaran tagihan, pembelian produk, hingga pengelolaan investasi (Hanif & Purnamasari, 2022). Persaingan di antara bank-bank penyedia layanan *mobile banking* semakin ketat, terutama dengan adanya pandemi yang memaksa banyak orang untuk bergantung pada teknologi dalam mengelola kehidupan finansial mereka (Simarmata & Kurniawan, 2023). Berikut ini merupakan data aplikasi *mobile banking* yang banyak digunakan ditahun 2022:



Gambar 1. Grafik Data Penggunaan Mobile Banking 2022

Sumber: Populix, 2022

Seiring dengan meningkatnya penggunaan *mobile banking*, kompetisi antar bank dalam menghadirkan aplikasi yang unggul juga semakin ketat. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Populix* pada tahun 2022, aplikasi *BCA Mobile* menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan persentase sebesar 60%. Disusul oleh aplikasi *BRImo* dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) di posisi kedua dengan persentase 26%, diikuti oleh *Livin' by Mandiri* sebanyak 25%. Meskipun *BCA Mobile* berada di puncak, aplikasi *BRImo* mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan upaya peningkatan fitur dan kualitas layanan yang terus dilakukan oleh BRI.

Aplikasi *BRImo* telah mencapai pencapaian yang signifikan dengan jumlah unduhan lebih dari 50 juta pengguna di *Google Play Store*, serta memperoleh *rating* 4,7 dari 1 juta ulasan. Tingginya *rating* ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna, termasuk nasabah BRI, merasa puas oleh aplikasi tersebut. Banyak pengguna menganggap *BRImo* sebagai aplikasi yang mudah digunakan, terutama untuk kegiatan sehari-hari seperti transfer dana, pembayaran tagihan, serta penarikan tunai tanpa kartu ATM. Inovasi ini memungkinkan pengguna melakukan penarikan tunai di ATM BRI, Indomaret, maupun agen *BRILink*, hanya dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* mereka, tanpa memerlukan kartu fisik. Proses penarikan tunai dapat dilakukan dengan memasukkan jumlah yang ingin ditarik pada aplikasi *BRImo*, kemudian menginputkan kata sandi. Setelah itu, pengguna akan menerima kode penarikan tunai yang selanjutnya dapat dimasukkan ke mesin ATM BRI.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti & Firmansyah (2022), salah satu masalah yang sering dihadapi pengguna *BRImo* adalah gangguan teknis, seperti kesulitan *login* atau akses sistem yang lambat, terutama ketika lalu lintas pengguna sedang tinggi. Hal ini menyebabkan penundaan dalam melakukan transaksi, yang sering kali menimbulkan frustrasi bagi pengguna yang membutuhkan layanan secara cepat, seperti mahasiswa yang sering memerlukan akses cepat untuk membayar tagihan kuliah atau biaya hidup sehari-hari. Dalam penelitian yang sama, disebutkan bahwa meskipun *BRImo* berusaha memperbaiki sistemnya secara berkala, gangguan ini tetap sering terjadi pada waktu-waktu tertentu, terutama pada jam-jam sibuk.

Lebih lanjut, dalam penelitian yang dilakukan oleh Putri (2022), disebutkan bahwa fitur-fitur tambahan *BRImo* seperti integrasi dengan *e-wallet* atau layanan pembayaran digital lainnya dinilai masih terbatas. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa aplikasi ini tidak menawarkan fleksibilitas yang sama seperti aplikasi *mobile banking* lainnya dalam hal integrasi dengan berbagai *platform* pembayaran. Hal ini membuat pengguna harus membuka aplikasi

lain untuk menyelesaikan transaksi, yang tentunya mengurangi kenyamanan dan kepraktisan penggunaan BRImo sebagai aplikasi yang seharusnya serba guna.

Pemilihan mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Bisnis UNSRAT angkatan 2020 sebagai subjek penelitian dalam skripsi berjudul pengaruh fitur *mobile banking* terhadap kepuasan pengguna BRImo pada mahasiswa didasari oleh beberapa pertimbangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Salah satu pertimbangan utama adalah bahwa mahasiswa dari angkatan 2020 ini telah banyak beradaptasi dengan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan kampus, termasuk penggunaan layanan perbankan *digital* seperti BRImo dalam aktivitas sehari-hari. Fitur yang paling sering digunakan oleh mahasiswa adalah kemudahan dalam melakukan pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) secara daring melalui BRImo. Hal ini menjadikan BRImo sebagai salah satu aplikasi perbankan digital yang umum digunakan di kalangan mahasiswa, sehingga sangat relevan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan mereka terhadap fitur-fitur yang ditawarkan. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Fitur *Mobile Banking* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna BRI *Mobile Banking* (BRImo) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat angkatan 2020”.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Untuk mengetahui pengaruh fitur *mobile banking* dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat angkatan 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh fitur *mobile banking* terhadap kepuasan pengguna BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat angkatan 2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat angkatan 2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan analisis perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program-program yang didesain untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan-tujuan organisasional atau tujuan-tujuan perusahaan (Kotler & Keller, 2019). Menurut Lamb, *et al.* (2019), manajemen pemasaran juga merupakan suatu usaha untuk merencanakan dan menerapkan kegiatan yang terdiri dari mengorganisasikan, mengarahkan, serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan agar tercapai tujuan perusahaan secara efisien dan efektif. Tujuan utama dari manajemen pemasaran adalah untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, dan meningkatkan profitabilitas perusahaan (Kotler & Amstrong, 2019).

Fitur Mobile Banking

Umaningsih & Wardani, (2020) Fitur adalah komponen yang dapat menambah fungsi suatu produk. Menurut Kotler & Amstrong dalam wahyuni, (2019) fitur adalah alat bersaing yang dapat membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Rithmaya dikutip dalam Setiawan & Sunaryo, (2022) fitur layanan merupakan salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara *online* ataupun *offline*. Khoirunnisa & Dwijayanti, (2020) fitur produk diartikan yakni sebagai karakteristik yang menambah nilai fungsi dasar sebuah barang, oleh karena itu untuk pemasar fitur ialah sebagai kunci yang menjelaskan produk mereka dengan produk pesaing. Semakin

kompetibel atau lengkap sebuah fitur produk tersebut, maka semakin banyak pula peluang yang akan membuat para pengguna puas memakai produk tersebut.

Kualitas Layanan

Menurut Hidayat & Wibowo (2021), kualitas layanan dalam aplikasi *mobile banking* meliputi keandalan transaksi, kecepatan akses, dan kemudahan penggunaan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa pengguna lebih puas dengan aplikasi yang menawarkan layanan yang handal dan mudah diakses. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Alkhateeb, *et al.* (2022), yang menekankan bahwa kualitas layanan yang tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pengguna tetapi juga berdampak positif pada niat pengguna untuk merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler & Keller, 2019). Menurut Tjiptono dikutip dalam Sahabuddin, (2019) kepuasan adalah perbedaan antara harapan dan untuk kerja. Kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau menyepitkan *gap* antar harapan dan kinerja. Fecikova dikutip dalam Sahabuddin, (2019) kepuasan merupakan perasaan yang dihasilkan dari mengevaluasi apa yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan tersebut pada sebuah produk atau layanan.

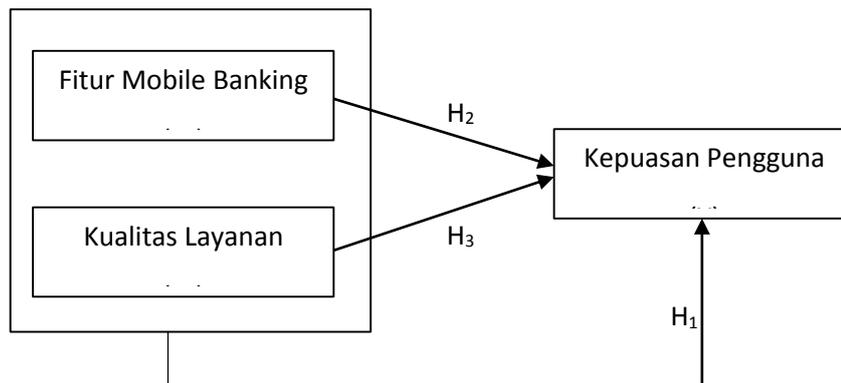
Penelitian Terdahulu

Penelitian Amalia dan Hastarina (2022), penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan dan fitur terhadap kepuasan pelanggan pada BSI KCP Sumenep. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ialah nasabah BSI KCP Sumenep yang menggunakan *m-banking* BSI sebanyak 100 responden. Jenis sampel ialah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan *m-banking* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Siahaan, *et al.* (2024), tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki dampak kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah. Sampel yang dipilih adalah 95 orang dari 1.799 populasi mahasiswa Universitas Nommensen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Peneliti menerapkan metode kuantitatif, menggunakan alat analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini secara jelas menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian Uopmabin dan Supriyadi (2023), penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis fitur-fitur BRI *Mobile* terhadap kepuasan pelanggan pengguna BRImo di daerah istimewa Yogyakarta. Variabel independen dalam penelitian ini ada fitur- fitur dan variabel independennya adalah kepuasan nasabah. Objek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan BRImo di daerah istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial fitur layanan informasi, layanan transaksi dan jasa komunikasi mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan pengguna.

Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2025

Hipotesis Penelitian

H₁: Diduga Fitur *Mobile Banking* dan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

H₂: Diduga Fitur *Mobile Banking* (X₁) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

H₃: Diduga Kualitas Layanan (X₂) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sugiyono (2019) mengartikan penelitian kuantitatif sebagai suatu teknik penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Penelitian kuantitatif dianggap sebagai metode ilmiah karena sistematis, objektif, spesifik, terukur, adil, dan terukur. Menganalisis kaidah-kaidah ilmiah". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menjelaskan dampak kualitas layanan dan fitur *mobile banking* yang disediakan terhadap kepuasan pengguna BRImobile banking (BRImo) pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian difokuskan untuk pengguna BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat, dan peneliti memilih 100 sampel atau pengguna dari 727 populasi. Dalam penelitian ini digunakan teknik *non-probability sampling*. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat yang menggunakan BRImo.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari subjek penelitian yang berbentuk numerik dan dapat dihitung dan diukur. Data primer adalah data asli yang diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui survei kuesioner lapangan. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dan diperoleh dalam bentuk jadi. Biasanya dalam bentuk publikasi, seperti data yang diperoleh melalui internet dan data lain yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Sujarweni (2020), "kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis atau pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini kuesioner yang diberikan menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.

Pengujian Instrumen

Uji Validitas

Pengukuran korelasi antara data yang dikumpulkan peneliti dengan data yang ada pada suatu objek dapat dilakukan melalui penggunaan uji validitas. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r yang terdapat pada tabel Sugiyono (2019) untuk menentukan signifikansi. Teknik pengujian validitas yang benar adalah korelasi item-total, dan keputusan diambil berdasarkan kriteria tertentu.

Uji Reliabilitas

Hasil pengukuran yang diperoleh dari penggunaan benda yang sama dianggap dapat diandalkan apabila secara konsisten menghasilkan data yang sama. Instrumen penelitian harus memiliki validitas dan reliabilitas. Untuk menilai reliabilitas, digunakan metode koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*, dan keputusan diambil berdasarkan kriteria:

- a) Reliabilitas instrumen kuesioner dianggap memuaskan jika nilai *Cronbach's alpha* (α) melebihi 0,60.
- b) Kuesioner dianggap tidak dapat diandalkan jika nilai *Cronbach's alpha* (α) turun di bawah 0,60.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ghozali (2021) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal. Untuk menguji normalitas digunakan teknik statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), dan signifikansinya ditunjukkan oleh Asymp. Sig (2-tailed):

- a) Apabila nilai signifikansi melebihi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data yang diuji adalah normal.
- b) Jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data uji tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan dalam analisis ini untuk memastikan apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai permasalahan multikolinearitas. Dengan menguji derajat korelasi antar variabel independen maka dapat ditemukan multikolinearitas. Secara umum, tidak terjadi masalah multikolinearitas jika korelasi antar variabel independen yang dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0.1 (Ghozali, 2021)

Uji Heterokedastisitas

Tujuan untuk melakukan uji ini adalah untuk melihat apakah model regresi terjadi perbedaan varian residual dari satu observasi ke observasi lain karena jika didapati heteroskedastisitas, dapat dianggap model regresi tidak baik. Tetapi jika didapati homokedastisitas yang artinya varian residual dari observasi tidak berubah maka model regresi dapat dikategorikan baik. Persyaratan untuk pengujian heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Pola titik-titik tidak terbentuk pada bentuk tertentu tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu X dan Y. (Ghozali, 2021)

Analisis Regresi Linear Berganda

Duli (2019) Analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain. Persamaan yang digunakan dalam analisis ini diuraikan di bawah ini:

Persamaan yang digunakan dalam analisis ini diuraikan di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengguna

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_i$ = Koefisien regresi masing-masing X_i

X_1 : Fitur Mobile Banking

X_2 : Kualitas Layanan

e_i : Standar error (Residual Error)

Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji F adalah teknik statistik yang penting untuk menganalisis hubungan antar variabel dan menguji signifikansi model dan koefisien regresi. Interpretasi hasil uji F harus dilakukan dengan mempertimbangkan nilai F, nilai p, dan faktor lain dalam penelitian:

1. Jika Sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang nyata.
2. Jika Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya ada pengaruh yang nyata.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk pengujian secara satu per satu pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penolakan dan penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05. H_0 akan diterima jika nilai signifikansi lebih besar > dari 0,05. Sebaliknya, H_a akan diterima jika nilai signifikansi lebih kecil < 0,05
2. Membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} . H_a akan diterima jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$. Sebaliknya, H_0 akan iditerima jika nila $T_{hitung} < T_{tabel}$

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (adjusted R^2) digunakan untuk menilai seberapa baik model yang digunakan cocok dengan data yang diobservasi. Semakin dekat nilai adjusted R-square dengan 1 semakin baik. Ini berarti bahwa variabel independen yang digunakan dalam model hampir dapat menjelaskan semua variasi yang terjadi pada variabel dependen. Jika nilai adjusted R-square mendekati 0 (nol), maka hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan tidak begitu baik dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Ini berarti variabel independen yang digunakan dalam model tidak memberikan banyak informasi tentang variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2021).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil uji Validitas

Item Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Signifikansi	Status
$X_{1,1}$	0.196	0.612	0.000	Valid
$X_{1,2}$	0.196	0.325	0.000	Valid
$X_{1,3}$	0.196	0.389	0.000	Valid
$X_{1,4}$	0.196	0.505	0.000	Valid
$X_{2,1}$	0.196	0.499	0.000	Valid

X2.2	0.196	0.378	0.000	Valid
X2.3	0.196	0.394	0.000	Valid
X2.4	0.196	0.549	0.000	Valid
X2.5	0.196	0.516	0.000	Valid
Y. 1	0.196	0.455	0.000	Valid
Y.2	0.196	0.426	0.000	Valid
Y. 3	0.196	0.660	0.000	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel fitur mobile banking, kualitas layanan dan kepuasan pengguna memiliki r Hitung yang lebih besar dari r Tabel dan signifikansi $< 0,05$, artinya semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien	
	Alpha Cronbach	Status
Fitur <i>Mobile Banking</i> (X_1)	0.722	Reliabel
Kualitas Layanan (X_2)	0.744	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0.737	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas nilai *Alpha Cronbach* untuk variabel Fitur *mobile banking*, kualitas layanan dan kepuasan pengguna masing-masing semuanya lebih dari 0,60, maka disimpulkan bahwa variabel fitur *mobile banking*, kualitas layanan dan kepuasan pengguna semua dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil uji Normalitas

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10727189
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.046
	Negative	-.033
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil Uji normalitas yang menunjukkan nilai sebesar $0.200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

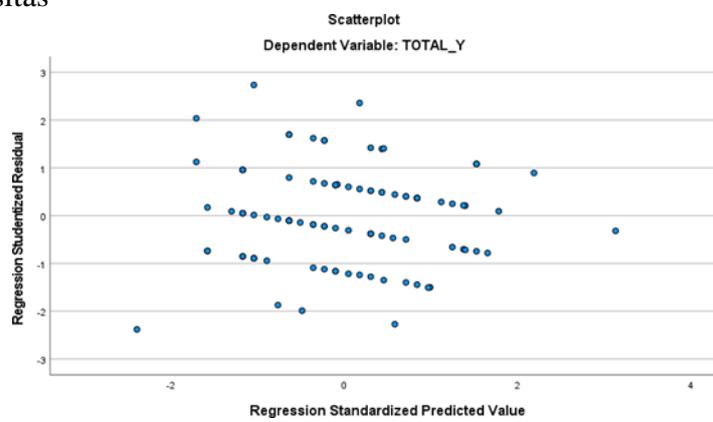
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

1	Fitur <i>Mobile Banking</i>	.998	1.002
	Kualitas Layanan	.998	1.002

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Berdasarkan gambar hasil uji SPSS terlihat bahwa fitur *mobile banking* memperoleh nilai toleransi 0,998 dan nilai VIF 1,002 artinya tidak terjadi multikolinieritas dan pada variabel kualitas layanan juga memiliki nilai toleransi 0,998 dan VIF 1,002 artinya disimpulkan baik variabel fitur *mobile banking* maupun variabel kualitas layanan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Berdasarkan gambar hasil uji heterokedastisitas diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.620	1.889		1.387	.169
	Fitur <i>Mobile Banking</i> (X1)	.239	.087	.253	2.758	.007
	Kualitas Layanan (X2)	.268	.073	.337	3.669	.000

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian, adapun persamaan regresi linear berganda pada penelitian tersebut adalah:

$$Y = 2,620 + 0,239X_1 + 0,268X_2$$

1. Konstanta sebesar 2,620 artinya jika fitur *mobile banking* (X1) dan kualitas layanan (X2) bernilai 0, maka variabel dependen kepuasan pengguna adalah sebesar 2,620
2. Nilai fitur *mobile banking* (X1), sebesar 0,239, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan variabel fitur *mobile banking* (X1), mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,239 per 1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel X1 dan variabel Y. Semakin naik nilai X1 maka nilai Y juga akan semakin naik.
3. Nilai kualitas layanan (X2), sebesar 0,268, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan kualitas layanan (X2) mengalami kenaikan 1% maka kepuasan pengguna (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,268 per 1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel X2 dan variabel Y. Semakin naik nilai X2 maka nilai Y juga akan semakin naik.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Berdasarkan tabel diketahui nilai t Hitung variabel fitur *mobile banking* lebih besar dari t Tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya fitur *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan pada variabel kualitas layanan nilai t Hitung lebih besar dari t Tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.760	2	14.380	10.874	.000 ^b
	Residual	128.280	97	1.322		
Total		157.040	99			

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Dari tabel diatas diketahui f Hitung lebih besar dari f Tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 artinya variabel fitur *mobile banking* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.787		.168

Sumber: Hasil olahan data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel dari hasil uji menggunakan SPSS menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R *square* sebesar 0,792 atau 79,2% dijelaskan oleh variabel independen yaitu fitur *mobile banking* dan kualitas layanan sebesar 79,2% sedangkan sisanya 20,8% dapat dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Fitur *Mobile Banking* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan program SPSS 27, dapat diketahui bahwa variabel fitur *mobile banking* (X1) dan kualitas layanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai F hitung pada kolom yaitu sebesar 10.874 dimana lebih besar dari nilai F tabel dengan tingkat kesalahan 5% yaitu 3,09 dan dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hasil data koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai *RSquare* adalah 0,792. Ini berarti bahwa fitur *mobile banking* dan kualitas layanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 79.2%. Sisanya, sebesar 20,8%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sejalan dengan Usuf, *et al.* (2019) menyatakan bahwa kemudahan akses dan keamanan fitur dalam *mobile banking* sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Sementara itu, Dahlan, *et al.* (2020) menegaskan bahwa kualitas layanan yang responsif dan cepat juga berperan penting dalam meningkatkan pengalaman positif pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna cenderung merasa lebih puas ketika layanan *mobile banking* mudah digunakan dan fitur-fiturnya mendukung kebutuhan transaksi sehari-hari. Firdiansyah dan Usman (2022) menunjukkan bahwa di kalangan mahasiswa, khususnya dalam konteks penggunaan BRImo, kualitas layanan yang stabil dan fitur yang lengkap sangat dihargai oleh pengguna. Hal ini mendukung dugaan bahwa fitur *mobile banking* dan kualitas layanan pada BRImo memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat dalam menggunakan layanan BRImo.

Pengaruh Fitur *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji t pada pengolahan data menggunakan SPSS 27, menunjukkan bahwa variabel fitur *mobile banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna menggunakan BRImo khususnya pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat. Ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t hitung yaitu $2.758 > t$ tabel yaitu 1,984 dengan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$. Artinya variabel fitur *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna menggunakan BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat. Penelitian oleh Alalwan, *et al.* (2017) menunjukkan bahwa fitur *mobile banking* yang inovatif dan mudah digunakan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengguna, karena pengguna mengapresiasi layanan yang mempermudah aktivitas transaksi sehari-hari. Sementara itu, Hidayat dan Wibowo (2021) menegaskan bahwa keberagaman fitur serta kemudahan akses pada aplikasi *mobile banking*, termasuk fitur keamanan yang optimal, berpengaruh positif terhadap pengalaman dan kepuasan pengguna. Selain itu, Kurniawati, *et al.* (2020) menekankan bahwa antarmuka aplikasi yang ramah pengguna dan responsif secara langsung berdampak pada tingkat kepuasan. Penelitian oleh Bhatia dan Sharma (2019) juga mendukung bahwa keandalan dan keamanan fitur *mobile banking* memengaruhi kenyamanan dan kepercayaan pengguna, terutama bagi mahasiswa yang memiliki kebutuhan akses cepat dan aman dalam melakukan transaksi finansial. Lebih lanjut, Rahmawati (2020) menyebutkan bahwa inovasi fitur, seperti notifikasi transaksi *real-time* dan kecepatan layanan, meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan. Pengguna merasa lebih puas ketika aplikasi *mobile banking* mampu menawarkan layanan yang cepat, aman, dan efektif.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil uji t pada pengolahan data menggunakan SPSS 27, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna BRImo pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat. Ini dapat dibuktikan dengan hasil nilai t hitung yaitu $3.669 > t$ tabel yaitu 1,984 dengan nilai signifikan sebesar

0,000 < 0,05. Artinya variabel kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna menggunakan BRImo khususnya mahasiswa ekonomi dan bisnis unsrat. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis (H_3) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dapat diterima. Adapun Alnaser, *et al.* (2020) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi, seperti kecepatan respon dan keandalan sistem, sangat mempengaruhi kepuasan pengguna. Sementara itu, Amin, *et al.* (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan yang mencakup faktor kepercayaan, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengguna. Selain itu, Nandeshwer dan Jain (2019) menekankan bahwa pelayanan yang konsisten dan profesional dalam aplikasi *mobile banking* memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, sehingga meningkatkan kepuasan. Penelitian oleh Sultana (2020) juga mendukung bahwa kualitas layanan yang responsif dan *user-friendly* merupakan elemen kunci dalam memengaruhi tingkat kepuasan pengguna, terutama di kalangan mahasiswa yang sering kali membutuhkan layanan yang cepat dan dapat diandalkan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Fitur mobile banking dan kualitas layanan BRImo secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unsrat angkatan 2020 menganggap bahwa fitur lengkap tidak akan optimal tanpa didukung kualitas layanan yang baik dan sebaliknya kualitas yang baik memerlukan fitur yang relevan. Oleh karena itu kolaborasi antara fitur inovatif dan kualitas layanan yang andal sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pengguna BRImo.
2. Fitur mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa fitur-fitur BRImo, seperti kelengkapan layanan, inovasi, dan antarmuka yang user-friendly, memberikan pengalaman positif bagi pengguna. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT angkatan 2020 merasa fitur ini mempermudah berbagai transaksi finansial, seperti pengecekan saldo, pembayaran tagihan, transfer, hingga layanan tambahan seperti investasi dan pembelian pulsa. Selain itu, banyak mahasiswa yang menggunakan BRImo untuk membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT), sehingga keberadaan fitur yang andal dan mudah diakses menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan mereka terhadap aplikasi ini.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan yang meliputi kecepatan respon, keandalan aplikasi, kemudahan akses layanan bantuan, serta keamanan transaksi menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna BRImo. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT angkatan 2020 mengapresiasi layanan yang cepat, minim gangguan teknis, serta solusi yang efektif dalam menghadapi permasalahan teknis. Selain itu, kepercayaan terhadap BRImo semakin meningkat dengan adanya jaminan keamanan transaksi, seperti otentikasi ganda dan notifikasi *real-time*, yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengguna.

Saran

Adapun yang menjadi saran pada keberlanjutan dalam penelitian ini untuk setiap pihak didalamnya, sebagai berikut:

- a) Perusahaan disarankan perlu memperhatikan beberapa aspek dalam BRImo, seperti meningkatkan fitur pengelolaan keuangan pribadi, misalnya budgeting, untuk membantu pengguna mengatur pengeluaran. Keamanan transaksi harus diperkuat dengan teknologi otentikasi multi-faktor dan pengawasan ketat untuk mencegah

penipuan *digital*. Selain itu, keandalan sistem perlu ditingkatkan agar aplikasi lebih stabil, terutama saat jam sibuk. Perusahaan juga diharapkan meningkatkan edukasi literasi keuangan *digital* bagi mahasiswa agar mereka dapat memanfaatkan fitur BRImo secara optimal dan aman, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan pengguna.

- b) Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan sampel yang lebih beragam, termasuk mahasiswa dari fakultas atau universitas lain, serta pengguna dari berbagai usia, profesi, dan wilayah. Peneliti juga dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti kepercayaan, persepsi risiko, atau pengalaman pengguna yang dapat mempengaruhi kepuasan terhadap layanan mobile banking. Pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *focus group discussions* (FGD), dapat digunakan untuk menggali pengalaman pengguna lebih dalam. Penelitian mengenai loyalitas pengguna terhadap BRImo juga penting untuk memahami hubungan antara kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Fadlan, M. (2019). Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa UINSU). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Ahmad, R., Azis, A., & Kurniawan, D. (2021). *The synergy between service quality and mobile banking features in enhancing customer satisfaction. Journal of Banking and Finance*.
- Ahmed, S. (2021). *The Impact of Technology on Daily Life: A Comprehensive Overview. Journal of Modern Technologies*.
- Akob, A. & Sukarno, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). *Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. International Journal of Information Management*.
- Alistriwahyuni, I. (2019). Pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*
- Alkhaleb, A., Alqahtani, F., & Almuhammadi, M. (2022). *The impact of mobile banking service quality on customer satisfaction and loyalty. Journal of Financial Services Marketing*.
- Alnaser, F., Alshurideh, M., & Al Kurdi, B. (2020). *The impact of service quality dimensions on customer satisfaction in mobile banking: An empirical study. International Journal of Business and Management*.
- Amalia, R. & Hastarina, S. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur *M-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2021). *Service quality, customer satisfaction, and loyalty in Islamic banking: A comparative study in Malaysia. Journal of Islamic Marketing*.
- Annur, F. & Tanjung, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah *Mobile Banking* Pada Bank Sumut. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Arifianti, R., et al. (2022). "Strategi Promosi dan Citra Merek: Studi Kasus di Industri Retail." *Jurnal Komunikasi Pemasaran*.
- Arifin, A. (2023). Tingkat Keamanan *Mobile Banking* dalam Perspektif Pengguna. *Jurnal Teknologi dan Informasi*.

- Astuti, S. & Saputra, H. (2022). Pengaruh Keuntungan Relatif, Fitur Layanan, Risiko, dan Kepatuhan Syariah Terhadap Minat Transaksi Menggunakan BSI *Mobile* di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Syariah*.
- Bhatia, R. & Sharma, P. (2019). *The impact of mobile banking features on customer satisfaction in India. International Journal of Bank Marketing*.
- Dahlan, N. M., Zakaria, M. Y., & Abdullah, R. (2020). *Service quality, user satisfaction, and mobile banking usage in Malaysia. Journal of Financial Technology and Innovation*.
- Daryanto, A., & Suharto, B. (2021). *Distribusi dan Rantai Pasokan dalam Pemasaran Modern*. Erlangga.
- Duli, A. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Makassar: Pustaka Ramadhan.
- Elgohary, H. (2021). *Digital Transformation in the Financial Sector: A Case of Mobile Banking Adoption. International Journal of Banking and Finance*.
- Firdaus, M. (2020). "Evaluasi Kinerja Pemasaran: Alat untuk Pengambilan Keputusan." *Jurnal Manajemen Strategis*.
- Firdiansyah, A., & Usman, R. (2022). *The relationship between service quality and mobile banking features on customer satisfaction. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Fitria, R., et al. (2021). Pengaruh Penggunaan Internet Banking, *Mobile Banking* dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI. *Jurnal Keuangan dan Manajemen*.
- Ghasemaghahi, M., Hassanein, K., & Turel, O. (2021). *The role of service quality dimensions in customer satisfaction within e-banking. Journal of Business Research*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, D. (2020). Definisi dan konsep populasi dalam penelitian. *Jurnal Penelitian Sosial dan Pendidikan*.
- Hanif, R., & Purnamasari, D. (2022). *Exploring Mobile Banking Services: Innovations and Customer Adoption in the Digital Era. Journal of Financial Innovation*.
- Hany, H. (2023). *Customer Satisfaction and Service Quality in Mobile Financial Services. International Journal of Business and Management*.
- Hariansyah, H. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Pengguna Layanan BRI *Mobile Bank Rakyat* Indonesia di Kantor Cabang Cirebon. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Hidayat, A. & Wibowo, S. (2021). Pengaruh inovasi fitur *mobile banking* terhadap kepuasan pengguna di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Hidayat, M., & Sari, N. (2022). *The Digital Banking Revolution in Indonesia: Challenges and Opportunities. Indonesian Banking Journal*.
- Hidayat, R., & Wibowo, A. (2021). "Kualitas Layanan *Mobile Banking* dan Kepuasan Pengguna." *Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*.
- Hidayati, S., et al. (2019). "Inovasi dalam Pengembangan Produk: Kunci Persaingan Bisnis." *Jurnal Inovasi Bisnis*.
- Iqbal, M., et al. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*. *Jurnal Perbankan dan Keuangan*.
- Irahyani, A., et al. (2021). Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)* terhadap tingkat Kepuasan Nasabah pada Generasi Milenial yang menjadi Nasabah di Bank Konvensional (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna *M-Banking* di Universitas yang ada di Malang). *Jurnal Manajemen Keuangan dan Perbankan*.
- Ismanto, H. (2020). Analisis pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah bank di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.

- Jannah, I., & Kurniawan, T. (2021). *The Rise of Mobile Banking During the Pandemic: An Empirical Study in Indonesia. International Journal of Economic and Financial Studies.*
- Jati, T, *et al.*(2021). "Perencanaan Strategi Pemasaran: Penerapan di Industri Kreatif." Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Jayachandra, B. S. (2022). *Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction with reference to Retail Banking. International Journal of Research in Business and Social Science.*
- Khoirunnisa, N., & Dwijayanti, T. (2020). Pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank XYZ di Jakarta. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia.
- Khumaini, M. dkk. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan *Internet banking* dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Syariah.
- Kotler, P. & Armstrong, G., (2019). *Principles of Marketing. Pearson Education.*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management. Pearson Education.*
- Kumar, A., & Ravindran, S. (2020). *Mobile Banking: Transforming Financial Services in the Digital Age. International Journal of Digital Banking.*
- Kurniawati, N., Setyawan, A., & Prasetyo, H. (2020). Analisis relevansi fitur *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2019). *MKTG. Cengage Learning.*
- Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi pada Pengguna BRI *Mobile* di Kota Depok). Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Mohamad Rofiudin, N., Suryani, T., & Hidayat, A. (2020). Pengaruh fitur dan kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah: Studi pada bank syariah. Jurnal Ekonomi Syariah.
- Nandeshwar, M., & Jain, A. (2019). *The role of security and convenience in mobile banking adoption and satisfaction. Journal of Financial Services Marketing.*
- Nuraini, A. (2021). "Pengaruh Layanan Pelanggan terhadap Loyalitas dan Kepuasan Konsumen." Jurnal Manajemen Pelayanan.
- Nurdin, H, *et al.* (2020). Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Prasetyo, W., & Sugiyanto, A. (2021). Analisis pengaruh keamanan dan kemudahan navigasi terhadap kepuasan pengguna *mobile banking*. Jurnal Manajemen Indonesia.
- Puspita, R. (2023). Stabilitas Aplikasi BRImo dan Dampaknya Terhadap Efisiensi Pengguna. Jurnal Sistem Informasi.
- Putong, A. & Fadilah, N. (2024). Pengaruh Fitur layanan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Aplikasi BRImo di Bank BRI unit simpang V Mimika. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Putri, S. (2022). Analisis Kebutuhan Integrasi Sistem Pembayaran pada Aplikasi *Mobile Banking* BRImo. Jurnal Manajemen dan Bisnis.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.