

Analisis Faktor Kepercayaan Dalam Memediasi Kualitas Layanan Elektronik Dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Brimo

Diyah Pangesti¹, M. Elfan Kaukab², Eni Candra Nurhayati³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur`An, Wonosobo

diyahpangesti2875@gmail.com, elfan@unsiq.ac.id, enicandra@unsiq.ac.id

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik, dan keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah pengguna Aplikasi BRImo dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada pengguna BRImo Kecamatan Mojotengah.

Metodologi – Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 pengguna BRImo di Kecamatan Mojotengah. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil – Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien 0,333, p-value 0,000, dan t- statistik 5,077 serta berpengaruh positif terhadap kepercayaan dengan nilai koefisien 0,419, p-value 0,000, dan t- statistik 4,971, Keamanan transaksi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien 0,275, p-value 0,000, dan t- statistik 3,434 serta berpengaruh positif terhadap kepercayaan dengan nilai koefisien 0,299, p-value 0,001, dan t- statistik 3,023. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien 0,353, p-value 0,000, dan t- statistik 3,839. Pada pengujian mediasi, kepuasan nasabah terbukti mampu memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan melalui kepercayaan dengan nilai koefisien 0,148, p-value 0,002, dan t- statistik 2,917. Kepercayaan juga mampu memediasi pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah dengan nilai koefisien 0,105, p-value 0,010, dan t- statistik 2,323.

Keterbatasan – Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu tidak tersedianya data mengenai persentase tingkat kepuasan nasabah BRImo secara spesifik, sehingga analisis yang dilakukan belum dapat menggambarkan kondisi kepuasan nasabah secara menyeluruh.

Agenda Penelitian Mendatang – Penelitian mendatang disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas sistem, kualitas respon, atau kemudahan penggunaan yang dapat mempengaruhi kepercayaan secara lebih luas.

Kata kunci: kualitas layanan elektronik, keamanan transaksi, kepercayaan, dan kepuasan nasabah

Pendahuluan

Kemajuan teknologi terus berkembang secara bertahap seiring berjalannya waktu, teknologi informasi juga terus beradaptasi untuk menyediakan layanan yang lebih cepat, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan. Peningkatan jumlah pengguna internet telah membuka peluang besar bagi sektor perbankan untuk berinovasi dan meningkatkan layanannya melalui produk berbasis teknologi yang memungkinkan akses kapan pun dan dimana pun (V. C. Sari et al., 2024). Salah satu hasil dari kemajuan ini adalah munculnya produk *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan jasa perbankan yang disediakan oleh bank supaya pihak nasabah bisa melakukan transaksi setiap saat, tanpa harus datang langsung ke bank atau meja Teller (Junaedi & Neneng, 2023).

Perubahan teknologi informasi yang sangat cepat tersebut telah mendorong sektor

perbankan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari sektor perbankan (Jannah & Siregar, 2024). Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI), pada Juni 2025 volume transaksi *mobile banking* tercatat mencapai 2,29 miliar transaksi, naik 27,68% dibandingkan Juni 2024. Disamping tingginya pengguna layanan perbankan digital, banyak pula tantangan-tantangan yang harus dihadapi. Ketidakpuasan nasabah menjadi tantangan yang serius dalam industri perbankan, kekecewaan yang dialami dapat menurunkan kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan yang telah disediakan oleh bank (Indy Nur Sholikhah et al., 2024).

Kepuasan nasabah merupakan keberhasilan suatu bank itu sendiri, ketika nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh bank maka bank telah berhasil melayani nasabah dengan baik (Mandiri et al., 2021). Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan suatu barang atau jasa dengan persepsi dan ekspektasi mereka (Puspita Rininda et al., 2023). Kepuasan nasabah merupakan suatu keinginan perusahaan dalam memberikan suatu hasil dari perusahaan untuk nasabahnya (Al Ridho & Mahargiono, 2021). Kepuasan nasabah merupakan perasaan yang timbul setelah nasabah menilai kesesuaian antara layanan atau produk yang diperoleh dengan ekspektasi yang sebelumnya mereka miliki. Dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kasengkang et al. (2023) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah BRImo mengalami penurunan yang artinya ketika nasabah merasa tidak puas nantinya akan berdampak pada kesetiaan nasabah. Dalam realitanya masih banyak nasabah yang tidak puas setelah menggunakan aplikasi BRImo karena mengalami berbagai kendala seperti gangguan sistem, kesulitan login, dan lambatnya proses transaksi. Oleh karena itu, adanya ketidaksesuaian antara realita dengan ekspektasi nasabah yang tentunya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (V. C. Sari et al., 2024)

Tabel 1. Data Research Gap

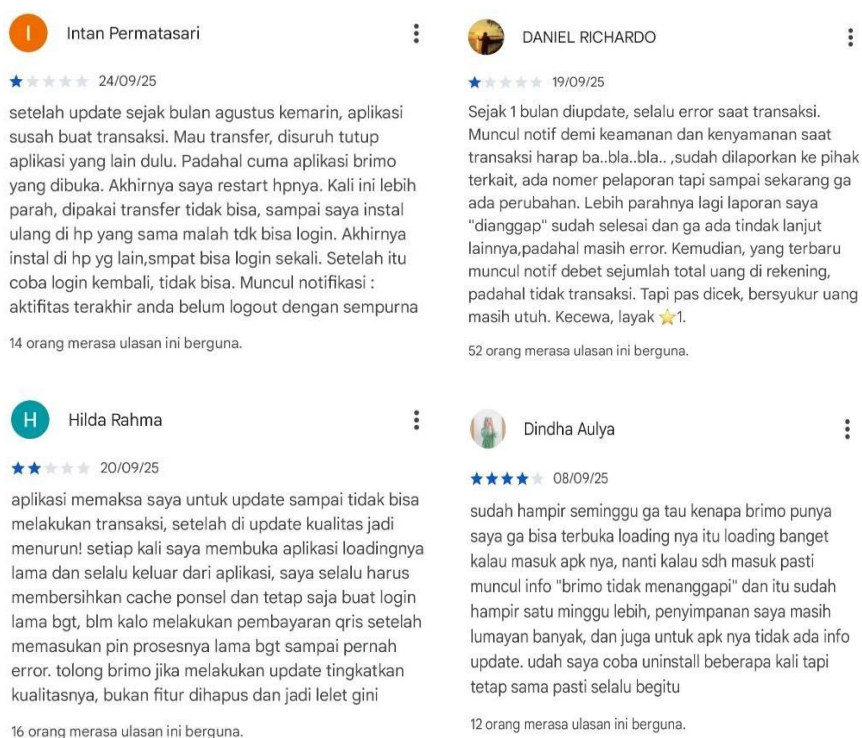
Penulis	Hasil Penelitian	Hubungan Variabel
Vania Cipta Sari, Jati Handayani, Teguh Budi Santosa (2024)	Berpengaruh positif dan signifikan	
Indy Nur Sholikhah, Nunung Nurhayati, Annisa Nadiyah Rahmani (2024)	Berpengaruh positif dan signifikan	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah
Tri Wijayanti Sekar Pambudi, Euis Soliha (2022)	Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	
Aulia Septiana Shafira, Aris Sunindyo, Septian Yudha Kusuma (2023)	Berpengaruh positif dan signifikan	
Darma yanti Lubis, Sanusi Lukman (2023)	Berpengaruh positif dan signifikan	Pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah
Nurudin, Nur Huda, Muhammad Dinu Nasoihul Umam (2022)	Berpengaruh negatif dan tidak signifikan	

Melihat ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut, maka penelitian ini menguji menggunakan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening. Penambahan variabel

intervening kepercayaan didukung oleh penelitian terdahulu dari Suminar et al. (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kualitas layanan yang baik akan membangun kepercayaan nasabah karena nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi, kemudian membuat nasabah merasa lebih yakin dan nyaman sehingga pengalaman menggunakan layanan dinilai positif yang akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah. Serta penelitian dari Oktariani et al. (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah, keamanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan nasabah karena nasabah merasa aman dan terlindungi, sehingga persepsi terhadap layanan menjadi lebih positif dan akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk atau BRI merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan layanan yang sangat luas, terus berkomitmen untuk memberikan layanan prima melalui inovasi teknologi. Melalui aplikasi BRImo, BRI menghadirkan kemudahan transaksi yang dapat diakses setiap hari dan dari lokasi mana pun, dengan tetap memperhatikan kepuasan nasabah serta menjaga citra perusahaan di tengah industri perbankan yang semakin kompetitif. Namun, dalam operasionalnya, Bank BRI sering menerima review negatif dari pelanggan melalui berbagai saluran, terutama melalui platform Google Playstore. Review negatif tersebut menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh bank masih belum optimal, yang pada gilirannya menyebabkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan.

Gambar 1. Review Pengguna Aplikasi BRImo





Diana

★★★★★ 06/08/25

Saat buat transaksi selalu muncul tulisan di layar hp "we detected something blocking the application...bla bla bla.." dan akhirnya tidak bisa di pakai buat transaksi, upgrade terbaru sudah, matikan aplikasi sudah, uninstall aplikasi sudah, bahkan restart dan hapus data juga, tapi belum bisa. ini gimana solusinya? sudah email bri, telpon CS dll tidak ada solusi

379 orang merasa ulasan ini berguna.



Farid Makhlu Farras

★★★★★ 27/08/25

Sering ada error untuk melakukan sesuatu, disaat yg penting seperti isi dompet digital sering saya mengalami error dan akhirnya melakukan pengisian dompet digital via Indomaret/Alfamart. sekarang tambah buruk, Brimo lambat meskipun koneksi bagus, dan sering ngelag dan slow respon, emang gak guna.

113 orang merasa ulasan ini berguna.

Sumber: google playstore (2025)

Berdasarkan informasi tersebut, sejumlah pengguna aplikasi BRIImo menyatakan ketidakpuasan terhadap layanan yang tersedia, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan akan tercapai apabila nasabah merasa bahwa layanan yang digunakan lebih praktis. Di sisi lain, kepercayaan berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah karena berhubungan dengan keamanan dan layanan yang diterima. Adanya jaminan keamanan dalam bertransaksi melalui BRIImo juga menumbuhkan rasa percaya diri serta mendorong pengguna untuk membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain, sehingga mereka merasa dihargai sebagai nasabah. Untuk memperoleh data yang lebih mendalam, peneliti melakukan pra-survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi BRIImo.

Tabel 2. Hasil Pra-Survei Mengenai Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Jasa Pada Aplikasi BRI Mobile banking

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		YA		TIDAK	
1.	Apakah proses transaksi anda di BRIImo berjalan dengan lancar dan tanpa gangguan?	13 responden	32,5%	27 responden	67,5%
2.	Apakah kecepatan akses dan respon aplikasi BRIImo memuaskan?	10 responden	25%	30 responden	75%
3.	Apakah anda puas menggunakan aplikasi BRIImo untuk transaksi sehari-hari?	6 responden	15%	34 responden	85%
4.	Apakah anda akan menggunakan aplikasi BRIImo dalam jangka panjang?	7 responden	17,5%	33 responden	82,5%

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan menggunakan *google form* berupa kuesioner yang telah disebar kepada 40 pengguna aplikasi BRImo di Kecamatan Mojotengah yang dipilih secara purposive sampling dengan kriteria pernah bertransaksi menggunakan BRImo setidaknya 2 kali. Ditemukan bahwa 85% atau 34 responden merasa tidak puas menggunakan aplikasi BRImo. Sebaliknya, hanya 15% atau 6 dari 40 responden yang merasa puas menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah di Kecamatan Mojotengah terhadap aplikasi BRImo masih tergolong rendah.

Urgensi dalam penelitian ini adalah untuk menyelesaikan gap riset penelitian antara V. C. Sari et al. (2024) dan Pambudi & Soliha (2022) terkait kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, serta penelitian oleh Shafira et al. (2023) dan Nurudin et al. (2022) terkait keamanan terhadap kepuasan nasabah. Karena perbedaan hasil tersebut menjadikan hal ini penting untuk secepatnya diselesaikan. Serta, fenomena yang terjadi yaitu banyak nasabah yang merasa tidak puas setelah menggunakan Aplikasi BRImo karena sering kali mengalami error, yang mengakibatkan nasabah atau penggunanya kesulitan ketika akan menggunakannya di saat penting. Maka, kedua hal tersebut menjadikan riset ini penting untuk dilakukan. Jika penelitian ini tidak dilakukan, nasabah akan terus dirugikan oleh layanan yang belum optimal dan bank berisiko kehilangan nasabah serta citra baiknya. Sebaliknya, jika penelitian ini dilakukan nasabah dapat merasakan layanan yang lebih baik, aman, dan memuaskan.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini melibatkan empat variabel yang terdiri atas variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Kualitas layanan elektronik, dan keamanan transaksi adalah variabel independen. Kepuasan nasabah adalah variabel dependen. Sedangkan, Kepercayaan adalah variabel intervening.

Kualitas Layanan Elektronik

Bank berusaha untuk mempertahankan kualitas layanan untuk menarik pelanggan. Ketika kualitas layanan elektronik tinggi, sesuai dengan yang mereka harapkan, nasabah cenderung merasa puas (Akob & Sukarno, 2022). Kualitas layanan elektronik dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi harapan pelanggan, serta bagaimana upaya perusahaan dalam menjaga dan mengendalikan mutu layanan tersebut agar sesuai dengan keinginan mereka (Putri Rahayu & Widiati, 2024). Kualitas layanan elektronik merupakan sebuah bentuk kualitas layanan dengan media digital atau internet yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien (Ningsih et al., 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Monica & Marlius (2023), membuktikan bahwa kualitas layanan pada *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hasil serupa juga ditemukan oleh Simanjuntak et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berkontribusi secara positif terhadap kepuasan nasabah. Serta penelitian dari V. C. Sari et al. (2024) mengungkapkan bahwa kualitas layanan pada aplikasi BRImo memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketiga penelitian tersebut secara

konsisten menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan merupakan faktor penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Ketika kualitas layanan elektronik mampu memenuhi harapan pelanggan melalui kinerja yang responsif, layanan yang cepat dan akurat, maka persepsi risiko akan menurun dan kepercayaan terhadap penyedia layanan akan meningkat (Putera et al., 2021). Kualitas layanan elektronik dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi harapan pelanggan, serta bagaimana upaya perusahaan dalam menjaga dan mengendalikan mutu layanan tersebut agar sesuai dengan keinginan mereka (Putri Rahayu & Widiati, 2024). Kualitas layanan elektronik merupakan suatu jenis cara kerja yang diterapkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai peningkatan kualitas yang berkesinambungan dari proses, produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Elisa et al., 2024).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Penelitian oleh Kartini et al. (2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Hasil serupa diungkap oleh Mardani et al. (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan. Penelitian Putera et al. (2021) turut mengungkap bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah.

Layanan elektronik yang unggul tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan (Suminar et al., 2025). Kualitas layanan elektronik merupakan suatu jenis cara kerja yang diterapkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai peningkatan kualitas yang berkesinambungan dari proses, produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Elisa et al., 2024). Kualitas layanan elektronik merupakan sebuah bentuk kualitas layanan dengan media digital atau internet yang dapat menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien (Ningsih et al., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dengan dimediasi oleh variabel kepercayaan. Penelitian dari Wadhwa & Jaya (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan yang dimediasi oleh kepercayaan. Hal serupa diungkap oleh Fitri et al. (2023) menyatakan bahwa kepercayaan sebagai variabel mediasi berpengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Serta penelitian dari Suminar et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh variabel kepercayaan.

Keamanan Transaksi

Keamanan yang baik mengurangi kekhawatiran akan penipuan, pencurian identitas, atau kerugian finansial, dan memberikan rasa nyaman yang meningkatkan kepuasan nasabah (Rahmawati & Hardiyanti, 2023). Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang (Winarno et al., 2024). Keamanan merupakan kemampuan sistem untuk mengelola data pribadi maupun data bisnis nasabah agar tidak mudah diserang atau dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab (Shafira et al., 2023).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Hardiyanti (2023) mengungkapkan bahwa aspek keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hasil serupa juga diperoleh dari penelitian Lubis & Lukman (2023) yang menemukan bahwa persepsi terhadap keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu, penelitian Amalia & Hastriana (2022) turut membuktikan bahwa keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, ketiga penelitian tersebut menegaskan bahwa peningkatan aspek keamanan menjadi faktor penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Nasabah cenderung mempercayai penyedia layanan yang mampu melindungi data pribadi dan finansial mereka dari risiko penyalahgunaan. Keamanan tidak hanya berfungsi untuk melindungi informasi sensitif pengguna, tetapi juga berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap aplikasi yang mereka gunakan (Permana et al., 2025). Keamanan merupakan kemampuan sistem untuk mengelola data pribadi maupun data bisnis nasabah agar tidak mudah diserang atau dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab (Shafira et al., 2023). Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang (Winarno et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Penelitian oleh Mauliza et al. (2022) mengungkapkan bahwa cyber security berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Hal itu sejalan dengan penelitian Permana et al. (2025) yang menunjukkan bahwa keamanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan. Serta penelitian Hayatin Nupus et al. (2025) yang menyatakan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepercayaan pengguna e-banking.

Ketika pengguna merasa aman dalam menggunakan aplikasi, mereka lebih mungkin untuk mempercayai sistem tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pengguna (Naufal Rafii et al., 2025). Keamanan yang baik mengurangi kekhawatiran akan penipuan, pencurian identitas, atau kerugian finansial, dan memberikan rasa nyaman yang meningkatkan kepuasan nasabah (Rahmawati & Hardiyanti, 2023). Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang (Winarno et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan yang dimediasi oleh kepercayaan. Penelitian dari Oktariani et al. (2024) menyatakan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah. Hal serupa ditemukan oleh Kumbara et al. (2023) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan yang dimediasi oleh kepercayaan. Serta penelitian dari Naufal Rafii et al. (2025) menyatakan bahwa perceived security berpengaruh positif terhadap user satisfaction melalui user trust.

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan, jika seseorang merasa nyaman terhadap suatu pilihan sehingga akan memakai jasa yang telah diberikan oleh instansi atau lembaga

tersebut (Sucahyo & Solovida, 2022). Kepercayaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan (Wadhwa & Jaya, 2022). Rasa percaya menumbuhkan keyakinan bahwa penyedia layanan akan memenuhi harapan dan memberikan manfaat sesuai janji. Nasabah yang lebih percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan dibanding nasabah yang kurang percaya (Simanjuntak et al., 2024).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian dari Juan & Indrawati (2023) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Sejalan dengan penelitian Devica (2024) yang menyatakan bahwa faktor kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan. Hal serupa diungkap oleh R. A. Sari et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan analisis teori dan penelitian terdahulu, maka disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1+: Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H2+: Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H3+: Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

H4+: Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

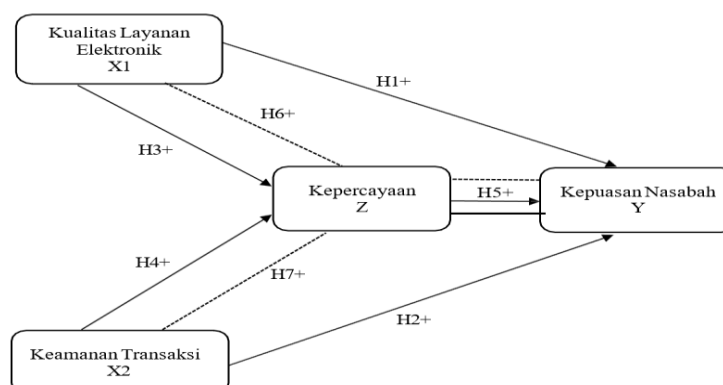
H5+: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

H6+: Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

H7+: Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Setelah melakukan penelitian literatur yang membentuk dasar dari masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Gambar berikut menunjukkan model penelitian yang dibangun:

Gambar 2. Model Penelitian



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada pengamatan terhadap populasi atau sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Aplikasi BRImo di Kecamatan Mojotengah yang tidak diketahui berapa

jumlahnya. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Lwanga & Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 97 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi partial least square (PLS). PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil. Tabel berikut memberikan penjelasan lebih lanjut tentang definisi operasional variabel:

Tabel 3. Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang saat membandingkan persepsinya tentang kinerja atau hasil produk dengan ekspektasi (Kotler & Keller, 2016)	Indikator Variabel (Widyaningrum 2021): 1. Kepuasan terhadap kinerja layanan 2. Kesesuaian dengan harapan 3. Kemauan rekomendasi 4. Kemudahan penggunaan
2.	Kualitas Layanan Elektronik (X1)	Kualitas layanan dengan media digital atau internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien (Ningsih <i>et al.</i> , 2022)	Indikator Variabel (Parasuraman <i>et al.</i> , 2005): 1. <i>Reliability</i> 2. <i>Access</i> 3. <i>Flexibility</i> 4. <i>Responsiveness</i> 5. <i>Assurance</i>
3.	Kepercayaan (Z)	Kepercayaan diartikan sebagai tingkat keyakinan konsumen atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, serta ekspektasi konsumen atas produk yang ditawarkan (Wadhwa & Jaya, 2022).	Indikator Variabel (Kotler & Keller, 2016): 1. <i>Benevolence</i> 2. <i>Ability</i> 3. <i>Integrity</i> <i>Willingness to Depend</i>
4.	Keamanan Transaksi (X3)	Keamanan merujuk pada kemampuan untuk melindungi dan mengelola	Indikator Variabel (Gusmana, 2022): Keamanan 1. Jaminan 2. Kerahasiaan Data

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Uji signifikansi hubungan dalam PLS-SEM dilakukan untuk menentukan apakah hubungan antar variabel laten dalam model dapat dianggap signifikan secara statistik. Proses ini menggunakan teknik *bootstrapping*, untuk menghitung nilai koefisien jalur (path coefficient) dan kesalahan standarnya. Hasilnya dalam bentuk nilai t-statistic atau p-value. Sebuah hubungan dianggap signifikan jika p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan (dalam penelitian ini menggunakan signifikansi 0,05). Koefisien jalur yang signifikan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen laten memiliki dukungan statistik yang kuat, sehingga hipotesis yang diajukan dapat diterima. Berikut hasil *bootstrapping* model penelitian *direct effect* dan *indirect effect*.

Tabel 4. Hasil Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect dan Indirect Effect

Koefisien Jalur	Original sample	T statistics	P values
(H ₁) Kualitas Layanan Elektronik -> Kepuasan Nasabah	0.333	5.077	0.000
(H ₂) Keamanan Transaksi -> Kepuasan Nasabah	0.275	3.434	0.000
(H ₃) Kualitas Layanan Elektronik -> Kepercayaan	0.419	4.971	0.000
(H ₄) Keamanan Transaksi -> Kepercayaan	0.299	3.023	0.001
(H ₅) Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	0.353	3.839	0.000
(H ₆) Kualitas Layanan Elektronik -> Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	0.148	2.917	0.002
(H ₇) Keamanan Transaksi -> Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	0.105	2.323	0.010

Sumber: data diolah 2025

Dari tabel tersebut diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai hasil uji hipotesis sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Analisis	Kesimpulan
1.	Kualitas Layanan Elektronik -> Kepuasan Nasabah	Nilai koefisien= 0,333 P-values= 0,000 t-statistik= 5,077 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H1 diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah

No	Hipotesis	Analisis	Kesimpulan
2.	Keamanan Transaksi -> Kepuasan Nasabah	Nilai koefisien= 0,275 P-values= 0,000 t-statistik= 3,434 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H2 diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah
3.	Kualitas Layanan Elektronik -> Kepercayaan	Nilai koefisien= 0,419 P-values= 0,000 t-statistik= 4,971 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H3 diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan kualitas layanan elektronik terhadap kepercayaan
4.	Keamanan Transaksi -> Kepercayaan	Nilai koefisien= 0,299 P-values= 0,001 t-statistik= 3,023 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H4 diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan keamanan transaksi terhadap kepercayaan
5.	Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	Nilai koefisien= 0,353 P-values= 0,000 t-statistik= 3,839 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H5 diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah
6.	Kualitas Layanan Elektronik -> Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	Nilai koefisien= 0,148 P-values= 0,002 t-statistik= 2,917 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H6 diterima artinya kepercayaan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah
7.	Keamanan Transaksi -> Kepercayaan -> Kepuasan Nasabah	Nilai koefisien= 0,105 P-values= 0,010 t-statistik= 2,323 t-tabel= 1,97 t-statistik > t-tabel	Hasil tersebut menyatakan t-statistik > t- tabel dan P-values < 0,05 maka Ho ditolak, dan H7 diterima artinya kepercayaan mampu memediasi pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antar variabel melalui variabel perantara. Berdasarkan uji hipotesis diketahui:

- Pengaruh tidak langsung kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan melalui kepercayaan memiliki nilai koefisien 0,148 serta t-statistik 2,917 > t-tabel 1,97 dan P-

value $0,002 < 0,05$. Artinya, semakin berkualitas layanan elektronik yang dirasakan nasabah, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Karena hubungan langsung antara kualitas layanan elektronik dan kepuasan nasabah juga signifikan, maka kepercayaan berperan sebagai mediasi parsial, yang berarti kepercayaan memperkuat pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah.

- b. Pengaruh tidak langsung keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah melalui kepercayaan memiliki nilai koefisien $0,105$ serta t -statistik $2,323 > t$ -tabel $1,97$ dan P -value $0,010 < 0,05$. Artinya, semakin aman transaksi mampu melindungi data nasabah dan transaksi mereka, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Karena hubungan langsung antara keamanan transaksi dan kepuasan nasabah juga signifikan, maka kepercayaan berperan sebagai mediasi parsial, yang berarti kepercayaan memperkuat pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar $0,333$ serta nilai t -statistik $5,077 > t$ -tabel $1,97$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin berkualitas layanan elektronik yang dirasakan nasabah, maka nasabah akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Keandalan sistem yang konsisten dan minim kesalahan, akan membuat nasabah menyelesaikan transaksi tanpa kendala. Akses yang mudah memungkinkan nasabah menggunakan layanan kapan saja dan di mana saja, yang membuat nasabah merasa nyaman. Fitur yang fleksibel dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah membuat layanan terasa relevan dan personal, yang membuat nasabah merasa puas. Respons cepat terhadap keluhan atau masalah mengurangi frustrasi nasabah dan membuat penilaian positif terhadap layanan. Sementara itu, adanya jaminan layanan yang profesional dan aman membuat nasabah yakin bahwa layanan layak digunakan, sehingga menimbulkan kepuasan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian V. C. Sari et al. (2024) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BRImo. Hal ini menunjukkan bahwa berkualitas layanan akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, yang membuat nasabah merasa puas. Ketika layanan dinilai mampu memenuhi atau melampaui harapan, pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas.

Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar $0,275$ serta nilai t -statistik $3,434 > t$ -tabel $1,97$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin aman aplikasi BRImo mampu melindungi data nasabah dan aktivitas transaksi mereka, maka nasabah akan merasa puas terhadap layanan tersebut. Jaminan keamanan yang dirasakan

nasabah terlindungi dari risiko penipuan atau kesalahan, akan membuat rasa aman saat menggunakan layanan. Data pribadi dan finansial yang dirahasiakan dan tidak disalahgunakan membuat nasabah merasa nyaman dan tenang. Ketika nasabah merasa aman dan meyakini bahwa data mereka terlindungi, maka nasabah merasa nyaman dalam menggunakan layanan. Kenyamanan tersebut akan membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan yang digunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Shafira et al. (2023) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti keamanan sangat berpengaruh dalam menciptakan kepuasan nasabah dalam layanan digital. Nasabah lebih puas dengan layanan yang melindungi data dan transaksi mereka.

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepercayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.419 serta nilai t-statistik $4.971 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Semakin berkualitas layanan yang dirasakan nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo, maka nasabah akan semakin percaya terhadap layanan tersebut. Layanan yang konsisten membuat nasabah percaya bahwa sistem dapat diandalkan. Akses yang mudah dan stabil menunjukkan kesiapan teknologi, sehingga menumbuhkan keyakinan nasabah. Layanan yang menyesuaikan kebutuhan pengguna menunjukkan perhatian dan komitmen sehingga menumbuhkan kepercayaan. Serta, penanganan masalah yang cepat menunjukkan tanggung jawab dan kepedulian, yang memperkuat kepercayaan. Adanya kepastian keamanan dan profesionalisme memperkuat keyakinan bahwa layanan tidak merugikan pengguna. Pengalaman positif tersebut akan memperkuat keyakinan nasabah bahwa layanan dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putera et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif kepercayaan nasabah. Hal tersebut menunjukan jika kualitas layanan baik, maka akan meningkatkan kepercayaan, sebaliknya semakin tidak baik kualitas layanan maka akan menurunkan rasa kepercayaan nasabah.

Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepercayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.299 serta nilai t-statistik $3.023 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan signifikansi $0.001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Semakin aman aplikasi BRImo mampu melindungi data nasabah dan aktivitas transaksi mereka, maka nasabah akan semakin percaya terhadap layanan tersebut. Layanan yang memiliki sistem perlindungan yang dapat diandalkan akan membuat nasabah semakin mempercayai layanan tersebut. Ketika nasabah merasa bahwa risiko kehilangan data atau penyalahgunaan informasi dapat diminimalkan, maka nasabah akan semakin percaya terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, semakin aman transaksi yang dirasakan, semakin yakin dan percaya pula nasabah terhadap layana tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Permana et al. (2025) yang Analisis Faktor Kepercayaan Dalam Memediasi Kualitas Layanan Elektronik Dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Brimo

Diyah Pangesti¹, M. Elfan Kaukab², Eni Candra Nurhayati³

Email: elfan@unsiq.ac.id

mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan nasabah. Hal itu menunjukkan bahwa semakin aman layanan yang dirasakan nasabah maka semakin percaya pula nasabah terhadap layanan tersebut.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.353 serta nilai t-statistik $3.839 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin yakin dan percaya nasabah atas kemampuan BRImo dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, semakin merasa puas pula mereka terhadap layanan tersebut. Ketika nasabah merasa diutamakan kepentingan dan kebutuhannya, maka akan muncul rasa nyaman. Nasabah yang merasa layanan yang digunakan memiliki kemampuan yang baik, maka mereka akan merasa puas karena layanan dianggap profesional. Nasabah yang bersedia untuk bergantung kepada suatu layanan menunjukkan keyakinan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Ketika kepercayaan tersebut terbentuk, nasabah akan merasa lebih nyaman dan yakin, sehingga nasabah merasa puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Juan & Indrawati (2023) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa percaya nasabah maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diterima.

Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Nasabah melalui Kepercayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.148 serta nilai t-statistik $2.917 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan signifikansi $0.002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_6 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel kepercayaan mampu memediasi pengaruh antara kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah. Semakin berkualitas layanan elektronik yang dirasakan nasabah, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Keandalan sistem, kemudahan akses, fleksibilitas layanan akan kebutuhan, daya tanggap layanan, dan jaminan layanan menciptakan pengalaman penggunaan yang positif. Pengalaman tersebut menumbuhkan keyakinan nasabah terhadap layanan, yang selanjutnya mendorong rasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan, sehingga kepuasan nasabah meningkat. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan elektronik akan meningkatkan kepercayaan dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suminar et al. (2025) yang menyatakan hasil bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti berkualitas layanan tersebut akan menimbulkan rasa percaya sehingga dan membuat nasabah merasa puas.

Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah melalui Kepercayaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. Didasarkan pada hasil analisis SmartPLS yang menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.105 serta nilai t-

statistik $2.323 > t\text{-tabel } 1,97$ dengan signifikansi $0.010 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_7 diterima dan H_0 ditolak. Artinya, variabel kepercayaan mampu memediasi pengaruh antara keamanan transaksi terhadap kepuasan nasabah. Semakin aman transaksi mampu melindungi data nasabah dan transaksi mereka, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Rasa aman dalam bertransaksi menurunkan risiko yang dirasakan nasabah dan memperkuat keyakinan terhadap layanan. Kepercayaan yang terbentuk tersebut membuat nasabah merasa nyaman dan yakin dalam menggunakan layanan, sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Oktariani et al. (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan mampu memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan yang terjamin menumbuhkan kepercayaan nasabah, sehingga mereka merasa aman yang pada akhirnya menciptakan kepuasan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pengujian hipotesis melalui uji hubungan langsung dan tidak langsung, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo. Artinya, semakin berkualitas layanan elektronik yang dirasakan nasabah, maka nasabah akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan *expectation confirmation theory* bahwa kepuasan muncul ketika layanan yang dirasakan nasabah sesuai dengan harapan mereka. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo. Artinya, semakin aman aplikasi BRImo mampu melindungi data nasabah dan aktivitas transaksi mereka, maka nasabah akan merasa puas terhadap layanan tersebut. Sesuai dengan teori ECT bahwa sistem keamanan BRImo yang terjamin dan memenuhi ekspektasi nasabah sehingga menimbulkan kepuasan. Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Artinya, semakin berkualitas layanan yang dirasakan nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo, maka nasabah akan semakin percaya terhadap layanan tersebut. Sejalan dengan teori ECT, bahwa layanan yang cepat dan stabil sesuai harapan akan membentuk konfirmasi positif. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Artinya, semakin aman aplikasi BRImo mampu melindungi data nasabah dan aktivitas transaksi mereka, maka nasabah akan semakin percaya terhadap layanan tersebut. Sejalan dengan teori ECT, keamanan yang memenuhi ekspektasi nasabah akan mengonfirmasi harapan nasabah. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin yakin dan percaya nasabah atas kemampuan BRImo dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, semakin merasa puas pula mereka terhadap layanan tersebut. Sejalan dengan teori ECT bahwa ekspektasi akan membangun kepercayaan yang kemudian memperkuat kepuasan.

Kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah melalui kepercayaan sebagai variabel intervening. Artinya, semakin berkualitas layanan elektronik yang dirasakan nasabah, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Sejalan

dengan teori ECT bahwa layanan yang memenuhi ekspektasi membentuk kepercayaan yang akhirnya meningkatkan kepuasan. Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah melalui kepercayaan sebagai variabel intervening. Artinya, semakin aman transaksi mampu melindungi data nasabah dan transaksi mereka, maka nasabah akan semakin percaya, dan kepercayaan tersebut pada akhirnya akan membuat nasabah merasa puas. Sejalan dengan teori ECT keamanan yang memenuhi ekspektasi menumbuhkan kepercayaan dan memperkuat kepuasan.

Beberapa rekomendasi yang bisa menjadi masukan dan pertimbangan untuk perusahaan yaitu Memperkuat keandalan dengan memastikan aplikasi stabil dan jarang mengalami gangguan, tampilan yang mudah digunakan, BRI juga perlu menunjukkan kepedulian dengan menyediakan pusat bantuan pelanggan yang responsif serta memberikan solusi yang jelas ketika nasabah menghadapi kendala, daya tanggap dan respon cepat terhadap keluhan nasabahnya, serta memperkuat jaminan keamanan dan kerahasiaan untuk menumbuhkan rasa aman dan keyakinan nasabah terhadap layanan yang diberikan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil yang diharapkan. Keterbatasan penelitian ini yaitu tidak tersedianya data mengenai persentase tingkat kepuasan nasabah BRImo secara spesifik, sehingga analisis yang dilakukan belum dapat menggambarkan kondisi kepuasan nasabah secara menyeluruh. Berdasarkan hasil nilai R-Square variabel kepercayaan (Z) sebesar 39,0% sehingga masih terdapat 61% variabel lain yang berpotensi memengaruhinya. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas sistem, kualitas respon, atau kemudahan penggunaan, yang dapat mempengaruhi kepercayaan secara lebih luas. Dengan menambah variabel-variabel tersebut, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap.

Daftar Pustaka

- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bumh Di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V11i2.889>
- Al Ridho, M. A., & Mahargiono, P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Fastfood Indonesia, Tbk (Studi Kasus Kfc Cabang Bg Junction Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kcp Sumenep). In *Islamic Sciences, Sumenep* (Vol. 1).
- Anggara, A. A., & Kaukab, M. E. (2024). Creating customer satisfaction and loyalty with price, product quality and service quality (Case study at McDonald's customer). *Quest Journals: Journal of Research in Business and Management*, 12(1), 37-43.
- Callista Putri Raharjo, A., & Pebrianti, W. (2025). Determinasi Niat Keberlanjutan Penggunaan Smartwatch Di Indonesia: Peran Penting Self-Quantification

- Behavior. *Jurnal Ilmiah Bisnis & Kewirausahaan*. <https://E-Jurnal.Nobel.Ac.Id/Index.Php/Jbk>
- Devica, S. (2024). Pengaruh Kualitas Respons Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Chatbot Online Food Delivery. *Jurnal Bisnis Perspektif (Bip's)*, 16(2). [Http://Jurnal.Ukdc.Ac.Id/Index.Php/Bip](http://Jurnal.Ukdc.Ac.Id/Index.Php/Bip)
- Efendy, D. K., & Bharata, W. (2025). Pengukuran Perilaku Pengguna Produk Apple Menggunakan Perspektif Expectation Confirmation Theory Dan Flow Theory. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 8(1), 48–57. <https://Doi.Org/10.31539/Costing.V7i1.13916>
- Elisa, A., Sinurat, T., Ramli, A. H., & Purnomo, S. H. (2024). Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, E-Customer Satisfaction Terhadap E-Customer Loyalty Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 80–102. [Http://Bisnisan.Nusaputra.Ac.Id](http://Bisnisan.Nusaputra.Ac.Id)
- Fitri, N. A., Basri, H., & Lewispri, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Pt. Bank Syariah Indonesia (Persero)Tbk. Cabang Palembang 1). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Pt Inkubator Penulis Indonesia. www.institutpenulis.id
- Hayati, S., Suroso, A., Suliyanto, S., & Kaukab, M. (2020). Customer satisfaction as a mediation between micro banking image, customer relationship and customer loyalty. *Management Science Letters*, 10(11), 2561-2570.
- Hayatin Nupus, Ayu Kartini, & Lidia Desiana. (2025). Pengaruh Cyber Crime Dan Persepsi Keamanan Terhadap Tingkat Kepercayaan Pengguna Produk E-Banking (Survei Pada Pengguna E-Banking Bank Syariah Di Indonesia). *Jurnal Semesta Ilmu Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 102–116. <https://Doi.Org/10.71417/J-Sime.V1i3.202>
- Indy Nur Sholikhah, Nunung Nurhayati, & Annisa Nadiyah Rahmani. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna M-Banking Bca. *Jurnal Riset Akuntansi*, 49–54. <https://Doi.Org/10.29313/Jra.V4i1.3812>
- Jannah, M. R., & Siregar, S. L. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *Jimpa Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, Vol. 4 No. 1.
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan Qris. *K&K Jurnal Manajemen*.
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-Best: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://Doi.Org/10.36769/Ibest.V2i1.338>
- Kartini, I., Yurindera, N., & Triadi, D. C. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Diterima Daring (Pesq) Dan Kepuasan Pelanggan (E- Saticfaction) Terhadap

- Kepercayaan Pelanggan (E-Trust) Pada Niaga-El Lazada. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 21(1), 28–46. <https://doi.org/10.26874/Portofolio.V21i1.382>
- Kasengkang, I., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). The Effect Of Bri Mobile Product Quality And Service Quality (Brimo) On Customer Satisfaction Of Bri Tumpaan Units. *Jurnal Emba*, 11(1), 1075–1084.
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2022). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan Dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic And Finance Journal*, Vol. 3, No. 2.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Kumbara, V. B., Neldi, M., Diana, Y., & Ridwan, M. (2023). Determinasi Preferensi Konsumen, Online Customer Review, Kualitas Website Dan Keamanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Pemediasi. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*.
- Listiana, R., Kaukab, M. E., & Akbar, M. A. M. (2025) Pengaruh Security dan Electronic Word of Mouth terhadap Consumer Purchase Decision Blibli dengan Trust sebagai Intervening.
- Lubis, D. Y., & Lukman, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *Jeksya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, Vol.2, No.2.
- Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account*, 8(1). <https://doi.org/10.32722/Acc.V8i1.3874>
- Mardani, M., Zahara, Z., & Muzakir, M. (2024). Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Destinasi Kepulauan Togean. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 21(2), 268–282. <https://doi.org/10.31851/Jmwe.V21i2.15374>
- Mauliza, A. Y. I., Machmudi, R. D. S., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Perlindungan Data Dan Cyber Security Terhadap Tingkat Kepercayaan Menggunakan Fintech Masyarakat Di Surabaya. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2497–2516. <https://doi.org/10.54443/Sibatik.V1i11.395>
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/Jp.V7i1.465>
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V8i2.419>
- Naufal Rafii, H., Widyastuti, U., & Arvinta Monoarfa, T. (2025). Analisis Pengaruh Ease Of Use Dan Perceived Security Terhadap User Satisfaction Melalui User Trust Pada Aplikasi Mobile Banking Bca. *Peng Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.62710/49gpjd52>
- Ningsih, H. W., Safitri, I., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh E-Service Quality Dan Kepuasan Terhadap E- Loyalty (Survey Pada Pengguna Gopay). *Business*

- Management Journal*, 18(1), 51. <https://doi.org/10.30813/Bmj.V18i1.3068>
- Nurudin, N., Huda, N., & Umam, M. D. N. (2022). Mobile Banking Services : Security, Guarantee And Service Credibility On Customer Satisfaction Of Bank Syariah Indonesia. *El Mudhorib: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(2), 115–130. <https://doi.org/10.53491/Elmudhorib.V3i2.509>
- Oktariani, F., Panorama, M., & Bayumi, R. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* (Vol. 01).
- Pambudi, T. W. S., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual A Multiple-Item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Journal Of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Permana, K. K., Eprianto, I., Fauzi, A., Minarny, T., Widyarora, S., & Fajriansyah, D. N. (2025). Pengaruh Keamanan Data Pribadi Terhadap Kepercayaan Pengguna Di Era Tranformasi Digital: Studi Kasus Pada Aplikasi Mobile Banking. *Orbit : Jurnal Ilmu Multidisiplin Nusantara*, 1(2), 51–60. <https://doi.org/10.63217/Orbit.V1i2.84>
- Puspita Rininda, B., Nurmawati, R., Diayanti, I., & Negeri Tanah Laut, P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia. In *Journal Of Applied Managerial Accounting* (Vol. 7, Issue 2).
- Putera, A. D., Dalle, J., & Syafari, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.20527/Jbp.V10i2.10952>
- Putri Rahayu, Y., & Widiati, E. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi M-Bca Terhadap Kepuasan Nasabah Pembukaan Rekening Online. *Jam, Vol. 35 No. 1*.
- Rahma Nengsi, A., Nurzianti, R., & Sanola, M. (2023). Kajian Kualitas Mobile Banking Dan Dinamika Kepuasan Nasabah Bsi Kota Takengon. *Pemikiran Hukum Dan Ekonomi Islam*, 13(1), 18–24.
- Rahmawati, A., & Hardiyanti, W. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Semarang Sudiarto). *Cakrawala – Repositori Imwi, Volume 6, Nomor 6*.
- Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. *Jurnal Manajemen*.
- Sari, V. C., Handayani, J., & Santosa, T. B. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jibema: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 109–128.

- <https://doi.org/10.62421/Jibema.V2i2.87>
- Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & Septian Yudha Kusuma. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/Jis.V1i2.318>
- Simanjuntak, I. G., Muhammad Haris Saputra, Melisa, Icha Saswyta Manurung, Ivan Cristhian, & Vidyan Lim. (2024). Analisa Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana. *Ekraf: Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovatif Indonesia*, 1(2), 102–113. <https://doi.org/10.59965/Ekraf.V1i2.60>
- Sucahyo, I., & Solovida, G. T. (2022). Analisis Pengaruh Servicescape Dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Tentang Pelayanan Pendaftaran Haji Di Kota Semarang). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 215–231. <https://doi.org/10.35829/Magisma.V10i2.230>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- www.cvalfabeta.com
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Suminar, R., Widyarini, M., & Dewi, V. I. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Moderasi Kepercayaan Merek : Pada Generasi Mz. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 9(1), 2380–2405. <https://doi.org/10.31955/Mea.V9i1.5443>
- Toli, G. T., & Bharata, W. (2024). Adaptasi Expectation Confirmation Model Dalam Pengukuran Continuance Intention Dengan Menggunakan E-Service Quality Pada Pengguna Mybca. *International Journal Of Community Service Learning*, 8(4), 364–372. <https://doi.org/10.23887/Ijcsl.V8i4.85244>
- Vicramaditya, P. B. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Kualitas Informasi Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Grabbike. *Journal Of Business & Banking*, 10(2), 325–341. <https://doi.org/10.14414/jbb.V10i2.2379>
- W. Chin, W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Sem Chapter*.
- Wadhwa, S., & Jaya, I. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Rumah Sakit Airan Raya Lampung Selatan). *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 8(2), 91–104. <https://doi.org/10.30873/Jbd.V8i2.3206>
- Winarno, Y. P., Candrasari, F., & Agastya, Y. R. (2024). Analisis Pengaruh Keamanan, Efektivitas, Dan Kemudahan Layanan Btn Mobile Terhadap Strategi Pemasaran Mobile Banking Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Yogyakarta.
- Yasmina, Y., & Amalia, R. (2024). Pengaruh Trust Dan E-Service Quality Terhadap Continuance Intention Yang Dimediasi Oleh User Satisfaction Pada Pengguna Traveloka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Terakreditasi Sinta*, 4(3), 741–761. www.jim.usk.ac.id/Ekm

Lampiran Kuesioner Penelitian**1. Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kepuasan terhadap kinerja layanan	Saya merasa puas ketika layanan BRImo yang saya terima memenuhi kebutuhan saya sebagai pengguna					
2.	Kesesuaian dengan harapan	Saya merasa puas ketika pengalaman yang saya dapatkan dari layanan BRImo sesuai dengan harapan saya					
3.	Kemauan rekomendasi	Saya bersedia merekomendasikan layanan BRImo yang sesuai harapan saya kepada orang lain					
4.	Kemudahan penggunaan	Saya merasa layanan BRImo yang saya rasakan mudah dipahami serta tidak rumit					

2. Kepercayaan (Z)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Benevolence (kebaikan hati/ keutamaan)	Saya percaya BRImo selalu mengutamakan kepentingan dan kesejahteraan nasabah					
2.	Ability (kemampuan)	Saya yakin BRImo memiliki kompetensi yang tinggi dalam memberikan layanan terbaik					
3.	Integrity (integritas)	Saya percaya BRImo menepati janji layanan dan menyajikan informasi secara jujur serta transparan					
4.	Willingness to depend (kesediaan untuk bergantung)	Saya merasa nyaman mempercayakan transaksi perbankan saya sepenuhnya kepada BRImo					

3. Kualitas Layanan Elektronik (X1)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Reliability (keandalan)	Saya merasa layanan BRImo yang saya terima konsisten dan dapat diandalkan serta memberikan hasil sesuai harapan					
2.	Access (akses)	Saya merasa layanan BRImo mudah diakses, mudah digunakan, serta tidak memerlukan prosedur yang rumit					
3.	Flexibility (fleksibilitas)	BRImo menyediakan berbagai pilihan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya dan mudah digunakan					
4.	Responsiveness (daya tanggap)	Customer service BRImo merespons pertanyaan dan menangani keluhan saya dengan cepat					
5.	Assurance (jaminan)	Saya merasa yakin akan mendapatkan layanan BRImo yang profesional dan bebas dari resiko					

4. Keamanan Transaksi (X2)

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Jaminan keamanan	Saya merasa terlindungi dari resiko penipuan atau kejahatan siber saat menggunakan BRImo					
2.	Kerahasiaan data	Saya percaya data pribadi saya tidak akan disebarluaskan oleh BRImo atau dijual kepada pihak ketiga tanpa izin					