
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Brimo Menggunakan Model *E-Service Quality*

Fransiska Armelia Adut^{1*}, Viry Puspaning Ramadhan^{2*}

^{1,2} Sistem Informasi, Universitas Merdeka Malang, Jalan Terusan Dieng. 62-64 Klojen, Pisang Candi, Sukun, Kota Malang, 65146, Indonesia

***Email Korespondensi:**
Viry.puspaning@unmer.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas layanan yang ditawarkan oleh aplikasi BRIMO milik Bank Rakyat Indonesia (BRI), serta bagaimana hal ini berdampak pada kepuasan dan kesetiaan pengguna. Metode Servqual digunakan untuk melakukan survei terhadap 100 mahasiswa Universitas Merdeka Malang (UNMER). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dimensi kualitas layanan tangibles, responsiveness, reliability, empathy dan assurance secara signifikan memengaruhi kepuasan dan kesetiaan pengguna. Elemen fisik aplikasi BRIMO, khususnya ketersediaan internet dan respons sistem, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna dan kesetiaan pengguna. Pengguna lebih puas karena respons tim BRIMO terhadap umpan balik mereka, sementara pengguna merasa lebih nyaman dan puas karena privasi dan keamanan data mereka terjamin. Kemampuan staf BRIMO untuk berkomunikasi dengan baik dan memberikan perhatian penuh meningkatkan kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna. Penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas layanan aplikasi perbankan digital sangat penting untuk mempertahankan kepuasan, kesetiaan pengguna.

Keyword : *Digital banking application; Electronic service quality; Quality of service; User loyalty; User satisfaction.*

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the quality of service offered by Bank Rakyat Indonesia's (BRI) BRIMO application, and how this impacts user satisfaction and loyalty. The Servqual method was used to survey 100 students of Universitas Merdeka Malang (UNMER). The results showed that five dimensions of service quality-tangibles, responsiveness, reliability, empathy, and assurance significantly impacted user satisfaction and loyalty. The physical elements of the BRIMO application, specifically internet availability and system responsiveness, have a significant influence on user satisfaction and user loyalty. Users are more satisfied because of the BRIMO staff responsiveness to their feedback, while users feel more comfortable and satisfied that the privacy and security of their data is guaranteed. The ability of BRIMO employees to communicate well and provide full attention increases user satisfaction and user loyalty. This research shows that improving the service quality of digital banking apps is critical to maintaining user satisfaction and their loyalty.

Keywords: *Digital banking application; Electronic service quality; Quality of service; User loyalty; User satisfaction.*

1. Pendahuluan

Kehidupan saat ini sangat bergantung pada perbankan digital. Bank Rakyat Indonesia (BRI) meluncurkan aplikasi BRIMO pada Februari 2019 dan sekarang menyediakan berbagai layanan seperti transfer antar bank, isi ulang dompet digital, pembayaran berbasis QR, dan fitur keamanan seperti pengenalan wajah dan sidik jari untuk login (Prinsis Risma Damayanti & Ghea Sekar Palupi, 2023). Aplikasi BRIMO memiliki ulasan 4.7 dari 5.0

di Google Playstore, tetapi pengguna masih mengeluh tentang masalah login, notifikasi berulang, dan verifikasi wajah yang gagal. Untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan, sangat penting untuk mengatasi keluhan ini dan meningkatkan kualitas layanan.

Penelitian sebelumnya tentang evaluasi kepuasan pengguna Brimo menggunakan EUCS menghasilkan bahwa dari segi isi, tampilan, kemudahan, ketepatan waktu dan keakuratan dirasakan memuaskan oleh pengguna (Kanthi et al., 2024; Zahra & Putra, 2022). Namun peneliti menggunakan model kualitas layanan elektronik (E-Service Quality). Penelitian berikut tujuannya guna menilai dampak kualitas layanan BRIMO pada loyalitas dan kepuasan pengguna. Kualitas layanan elektronik mencakup keramahan pengguna, akuntabilitas, kecepatan, efisiensi, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Kualitas layanan merupakan faktor utama yang menetapkan taraf kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRIMO, serta kinerja aplikasi yang memenuhi harapan akan meningkatkan kepuasan pengguna.

Bersumber model SERVQUAL hasil pengembangan dari Zeithaml, Parasuraman, serta Berry pada tahun 1985, terdapat 5 dimensi mutu pelayanan, yakni berwujud, cepat tanggap, empati, kepastian dan kehandalan. Riset terdahulu memaparkan bahwasanya mutu layanan e-service berdampak signifikan pada loyalitas dan kepuasan e-pengguna (Faisal Azhar & Tantra, 2023).

Sebagai landasan untuk penelitian ini, penulis menggunakan studi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Menggunakan Model *E-Service Quality* sebagai referensi. Dari temuan dalam penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel *E-loyalty* (Faisal Azhar & Tantra, 2023). Yang menjadi perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dijalankan adalah terdapat di variabel penelitian dimana penelitian sebelumnya berfokus pada *E-Loyalty* sedangkan penelitian yang akan dijalankan berfokus pada Kepuasan dan loyalitas Pengguna.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Universitas Merdeka Malang (UNMER) sebagai sampel. peneliti memilih Mahasiswa Universitas Merdeka Malang (UNMER) dalam penelitian ini dikarenakan UNMER memiliki jumlah mahasiswa yang besar dan terpusat di satu lokasi, memudahkan dalam mendistribusikan kuesioner dan mengumpulkan sampel untuk penelitian.

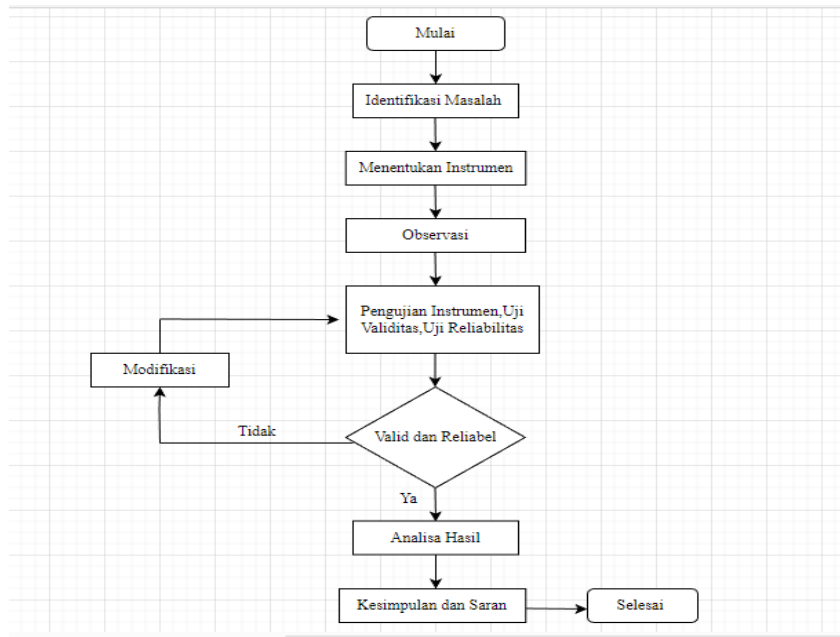
Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan (E-Service Quality) terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi BRIMO. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa keberwujudan (tangibles) layanan BRIMO memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, keandalan (reliability) berdampak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna, responsivitas (responsiveness) layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, jaminan (assurance) berdampak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna, dan empati (empathy) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna diperkirakan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pengguna. Terdapat beberapa penelitian terdahulu diantaranya meneliti Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Pada Pelanggan PT. X Fitur PT. X menunjukkan hasil Penelitian bahwa *E-Service Quality* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *E-Loyalty* pada pelanggan PT X, baik secara parsial maupun simultan.)

2. Metode Penelitian

Untuk menggambarkan dan merangkum data dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan studi deskriptif kuantitatif untuk merangkum data secara terstruktur. Penelitian dimulai dengan perencanaan, kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi masalah yang memerlukan pemahaman mendalam melalui studi literatur. Pada tahap ini, peneliti menelaah literatur yang relevan untuk mengumpulkan informasi tentang teori, temuan sebelumnya, dan kesenjangan pengetahuan terkait topik yang diselidiki. Informasi dari studi literatur membantu merumuskan masalah penelitian secara spesifik. Setelah itu, peneliti menentukan instrumen pengumpulan data berdasarkan pemahaman dari studi literatur, melakukan observasi, serta menguji validitas dan reliabilitas instrumen tersebut. Jika instrumen tidak valid atau reliabel, maka akan dilakukan modifikasi. Setelah memastikan instrumen yang valid dan reliabel, peneliti melakukan analisis data yang telah dikumpulkan, menyusun kesimpulan beserta saran-saran, dan akhirnya menyelesaikan proses penelitian.

©2024 J-Intech. Published by LPPM STIKI Malang

This is an open access article under the CC BY SA license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)



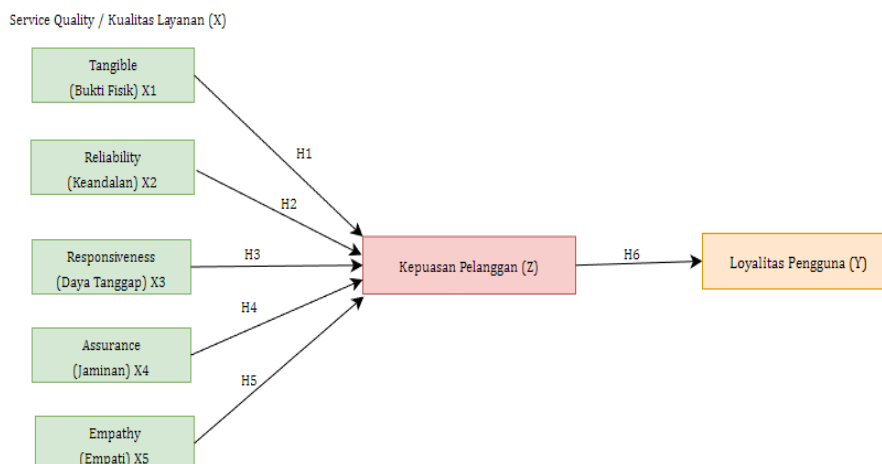
Gambar 1. Tahapan Penelitian

Analisis permasalahan menggunakan Google Form untuk mengumpulkan data dari 100 pengguna aplikasi BRIMO di Universitas Merdeka Malang agar data yang diperoleh representatif. Jumlah 100 responden dipilih karena seimbang antara akurasi hasil dan ketersediaan sumber daya. Jumlah pengguna aplikasi BRIMO di Universitas Merdeka Malang belum diketahui, sehingga peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel yang representatif, metode umum dalam penelitian ketika populasi tidak diketahui.

Pada tahap studi literatur, peneliti mengumpulkan bahan referensi dan mempelajari konsep dan teori dari artikel, buku, dan sumber internet untuk memperluas pengetahuan tentang subjek penelitian. Populasi dan Sampel riset dijalankan di Universitas Merdeka Malang, Jawa Timur. Populasi riset berikut yakni Mahasiswa pengguna aktif aplikasi BRIMO Angkatan 2020 sampai 2023 yang dipilih berdasarkan *Simple random sampling* (Aditya et al., 2022). Kuisisioner ini menggunakan skala Likert 1-5 untuk menilai sikap, persepsi, atau pandangan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Sampel dalam riset berikut yakni Mahasiswa Universitas Merdeka Malang Angkatan 2020-2023 dengan jumlah sampel 100 orang berdasarkan pengukuran rumus Lemeshow, Link ke kuisisioner disebar melalui media sosial, grup WhatsApp, dan instagram.

Metode analisis data dalam penelitian ini mencakup analisis dan pengolahan data responden dengan menggunakan program SPSS, serta pengujian hipotesis untuk mengetahui bagaimana masing-masing variabel independen memengaruhi variabel dependen. Hasil analisa data adalah tahap akhir dari penelitian; data yang telah dikumpulkan dan dianalisis harus dirancang sebaik mungkin. Setelah itu, dibuat kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan hasil analisis data. Tjiptono dan Chandra (2016:284) mengungkapkan bahwa terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa, kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu berwujud (*Tangible*), mencakup aspek fisik, peralatan, dan materi komunikasi yang berkualitas; empati (*Empathy*), melibatkan perhatian pribadi dan kesediaan untuk memahami perspektif pelanggan serta memberikan tanggapan yang responsif terhadap kebutuhan mereka; cepat tanggap (*Responsiveness*), menunjukkan kemauan untuk memberikan bantuan dengan cepat, mendengarkan keluhan pelanggan, dan memberikan tanggapan yang ramah; keandalan (*Reliability*), menekankan pada kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji, dapat diandalkan, akurat, dan konsisten; dan kepastian (*Assurance*), melibatkan kemampuan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, serta menunjukkan keahlian dan keandalan dalam menjalankan tugas.

Berdasarkan teori yang mendasarinya, penelitian ini meneliti bagaimana kualitas layanan dan kepercayaan memengaruhi kepuasan pelanggan. Gambar berikut menunjukkan struktur teoritis yang digunakan:



Gambar 2. Uji Hipotesis

Hipotesis 1 (H1): Tangible (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2 (H2): Reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3 (H3): Responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 4 (H4) Assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 5 (H5): Empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 6 (H6): Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna.

Secara keseluruhan hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan (tangibilitas, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

3. Hasil

Uji validitas digunakan untuk menentukan validitas item dalam daftar pernyataan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel kualitas layanan dan loyalitas pengguna BRIMO, subyek pada pengujian validitas menggunakan keseluruhan data 100 jadi r tabelnya adalah 0,195 dengan taraf signifikan 5 persen atau 0,05. Apabila r-hitung \geq r-tabel maka pernyataannya valid, sedangkan jika r-hitung \leq r-tabel maka pernyataannya tidak valid. Hasil analisis program spss adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Ringkasan hasil uji variabel X (Servqual)

No	Pernyataan	r _{hitung} (Total)	r _{tabel}	Keterangan
1	T1	0,756	0,195	Valid
2	T2	0,837	0,195	Valid
3	T3	0,765	0,195	Valid
4	T4	0,780	0,195	Valid
5	T5	0,672	0,195	Valid
6	R1	0,711	0,195	Valid
7	R2	0,791	0,195	Valid
8	R3	0,784	0,195	Valid
9	R4	0,666	0,195	Valid
10	R5	0,721	0,195	Valid

No	Pernyataan	r ² hitung (Total)	r ² tabel	Keterangan
11	RS1	0,878	0,195	Valid
12	RS2	0,863	0,195	Valid
13	RS3	0,822	0,195	Valid
14	RS4	0,744	0,195	Valid
15	RS5	0,872	0,195	Valid
16	A1	0,924	0,195	Valid
17	A2	0,897	0,195	Valid
18	A3	0,812	0,195	Valid
19	E1	0,875	0,195	Valid
20	E2	0,892	0,195	Valid

Tabel 2. Uji validitas kepuasan pengguna (Z)

No	Pernyataan	r ² hitung (Total)	r ² tabel	Keterangan
1	P1	0,807	0,195	Valid
2	P2	0,721	0,195	Valid
3	P3	0,864	0,195	Valid
4	P4	0,859	0,195	Valid
5	P5	0,866	0,195	Valid

Tabel 3. Uji validitas loyalitas pengguna (Y)

No	Pernyataan	r ² hitung (Total)	r ² tabel	Keterangan
1	Y1	0,794	0,195	Valid
2	Y2	0,801	0,195	Valid
3	Y3	0,842	0,195	Valid
4	Y4	0,833	0,195	Valid
5	Y5	0,828	0,195	Valid

Berdasarkan uji validitas pada tabel 1,2,dan 3 yang dimana peneliti menggunakan data secara keseluruhan yang tersedia untuk menguji validitas pada penelitian ini karena Penggunaan seluruh data mendukung konsistensi dalam pengujian dan analisis data, menunjukkan bahwasanya seluruh pernyataan pada variabel X (Kualitas layanan), Z (Kepuasan pengguna) dan variabel Y (Loyalitas pengguna) mempunyai r-hitung > r-tabel, hingga data pada semua butir pernyataan dalam variabel X, Z dan Y ialah valid.

Secara keseluruhan, validitas hasil penelitian memiliki implikasi yang luas dan signifikan. Validitas memberikan jaminan bahwa hasil penelitian ini akurat, relevan, dan dapat diandalkan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas, kredibilitas, dan dampak penelitian ini dalam bidang studi yang bersangkutan.

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini Cronbach Alpha, suatu variabel dinyatakan reliabel jika menunjukkan nilai Cronbach alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel X dengan 5 dimensi servqual ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Ringkasan uji reliabilitas variabel X, Z dan Y

Variabel	Indikator	Cronbach's Alpha	Skala Reliabel	Keterangan
Servqual (X)	T1	0,818	0,60	Reliabel
	T2	0,779		
	T3	0,889		
	T4	0,851		
	T5	0,719		
Kepuasan Pengguna (Z)	P1-P5	0,877	0,60	Reliabel
Loyalitas Pengguna (Y)	Y1-Y5	0,876	0,60	Reliabel

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa pengujian reliabilitas variabel servqual (X), kepuasan pengguna (Z) dan Loyalitas pengguna (Y) memperoleh skor Cronbach's Alpha > 0,60 hingga bisa dinyatakan seluruh instrument tersebut layak.

Uji T yang digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh terhadap masing-masing variabel bebas apakah pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, dasar pengambilan keputusan pada uji t yaitu nilai sig < 0,05 atau t-hitung > t- tabel maka terdapat pengaruh variabel terhadap Variabel Y (Ha diterima) dan sebaliknya sig > 0,05 atau t-hitung < t-tabel maka tidak dapat pengaruh variable Y (Ha ditolak) berikut tabel uji t:

Tabel 5. Tabel Hasil uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.536	.949		-.564	.574
Servqual	.127	.021	.433	5.979	.000
Kepuasan Pengguna	.531	.073	.529	7.300	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Nilai signifikan untuk pengaruh parsial X pada Y ialah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,979 > t$ tabel 1,984. Ini menunjukkan bahwasanya H1 diterima, bermakna Kualitas Layanan (X) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna (Y), sehingga bisa dimaknai bahwa kualitas layanan (ServQual) dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan satu sama lain. Dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan nilai t hitung ($5,979 > 1,984$), ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan. Perusahaan dapat memperbaiki pengalaman pelanggan dan terus berkembang dengan fokus pada peningkatan kualitas layanan.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Nilai signifikan untuk pengaruh parsial X terhadap Y adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,300 > t$ tabel 1,984. Ini menunjukkan bahwa H2 diterima, artinya Kepuasan (Z) berpengaruh terhadap Loyalitas Pengguna (Y). Sehingga bisa diketahui dampak dari hasil ini adalah pentingnya meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk mempertahankan atau meningkatkan loyalitas mereka. Langkah-langkah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat langsung meningkatkan retensi dan penggunaan produk atau layanan.

Tabel 6. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	846.728	2	423.364	283.251	.000 ^b
	Residual	144.982	97	1.495		
	Total	991.710	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pengguna
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna, Servqual

Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

Diketahui skor hitung pemodelan (F) bernilai 283.25 berdasarkan hasil uji SPSS dengan skor F tabel adalah 3,09 sehingga disimpulkan bahwa H₃ diterima yang berarti terdapat pengaruh Kualitas layanan (X) dan Kepuasan (Z) secara simultan terhadap Loyalitas pengguna (Y), sehingga bisa di maknai ketiga variabel servqual yang mencakupi 5 dimensinya masing-masing dan ,kepuasan pengguna pada layanan aplikasi BRIMO secara bersamaan berdampak pada variabel loyalitas pengguna.

Tabel 7. Ringkasan Hipotesis

Variabel	t /F hitung	Signifikan	t /F tabel	Keterangan
H1	t = 5,979	0,000	1,984	Diterima
H2	t = 7,300	0,000	1,984	Diterima
H3	f = 283,251	0,000	3,09	Diterima

4. Pembahasan

Pengaruh tangible terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna

Instrument Tangible dapat diandalkan untuk menilai pengaruh variabel tangible terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna BRIMO. Dari hasil perhitungan didapat dari setiap pernyataan dimensi tangible menunjukkan hasil nilai T1 0,756 T2 0,837 T3 0,765 T4 0,780 T5 0,672 > 0,195 atau r- hitung > r- tabel berarti semua pernyataan kualitas layanan T1-T5 pada dimensi tangible pada hasil uji dikatakan valid. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan pada dimensi fisik (tangible) sudah sesuai dengan harapan pengguna aplikasi BRIMO. Dimensi ini memenuhi harapan dan meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi BRIMO melalui tampilan serta desain aplikasi BRIMO yang jelas turut berperan dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pengguna dan aplikasi BRIMO, Temuan yang signifikan dari penelitian ini sejalan dengan temuan dari studi-studi terdahulu dari Nathaza Gayatry Woen, Singgih Santoso (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. Studi mereka menunjukkan bahwa kualitas layanan, yang mencakup elemen tangible, memengaruhi kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Dimensi tangible seperti fasilitas yang memadai dan penampilan fisik terbukti meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong loyalitas (Woen & Santoso, 2021).

Pengaruh reliability terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna

Reliability dalam metode servqual layanan BRIMO memberikan koneksi internet yang mempengaruhi kualitas layanan. Kemampuan dalam memberikan layanan dengan segera dan selalu bisa di akses saat dibutuhkan melalui fitur-fitur yang disediakan sangat mudah dipahami sehingga pengguna dengan mudah menggunakan aplikasi BRIMO. Pada perhitungan dimensi reliability ini ditemukan hasil perhitungan R1 0,711 R2 0,791 R3 0,784 T4 0,666 T5 0,721 > 0,195 atau r- hitung > r- tabel berarti semua pernyataan kualitas layanan R1-R5 dikatakan valid. Hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan oleh aplikasi BRIMO menunjukkan bahwa

kualitas layanan dalam hal keandalan (reliability) telah meningkat secara signifikan dan sudah dapat diandalkan. BRIMO telah meningkatkan kepercayaan dan keandalan layanan, yang membuat pengguna merasa lebih puas dan setia, penelitian ini sejalan dengan temuan dari penelitian terdahulu oleh Rezki Arianty Akob, Zulfikry Sukarno (2022) Penelitian mereka menemukan bahwa kualitas layanan mobile banking, yang mencakup dimensi reliability, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Akob & Sukarno, 2022). Hal ini menegaskan pentingnya layanan yang dapat diandalkan untuk membangun kepercayaan dan kesetiaan nasabah.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna BRIMO

Dimensi *responsiveness* berfokus pada bagaimana staf BRIMO menanggapi pengguna aplikasi dengan cepat. Ini menunjukkan bahwa pengguna BRIMO telah menerima meningkat seiring waktu karena merasa diperhatikan. Nilai RS1-5 sebesar 878,863,822,744,872 > 0,195 Semua pernyataan kualitas layanan pada dimensi ini valid karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel. Hasil analisis telah memenuhi harapan pengguna aplikasi. Pengguna lebih puas dan lebih loyal terhadap aplikasi BRIMO karena staf menanggapi masukan atau keluhan serta permintaan mereka dengan cepat.

Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna BRIMO

Dalam hal keamanan, aplikasi BRIMO memperhatikan keamanan data penggunanya, ini ditunjukkan oleh data yang diperoleh bahwa aplikasi ini aman dan mampu menjaga privasi data pribadi pengguna, ditunjukkan oleh nilai perhitungan pernyataan A1 0,924, 0,897 dan 0,812 > 0,195 Masing-masing lebih besar dari r-tabel. Hasil analisis kualitas layanan menunjukkan bahwa peringkat dimensi jaminan (*assurance*) telah memenuhi harapan pengguna, dan meningkatkan loyalitas pengguna BRIMO. Pengguna merasa bahwa aplikasi menjaga data mereka aman yang meningkatkan kepuasan dan kesetiaan mereka terhadap BRIMO.

Pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna.

Dalam indikator ini para pengguna merasa sangat puas dengan perhatian dan komunikasi yang diberikan oleh staf BRIMO, pernyataan untuk indikator ini E1 0,875 E2 0,892 > 0,195 nilai pernyataan masing-masing lebih besar dari r tabel.

Hasil evaluasi pengaruh kualitas layanan aplikasi BRIMO terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna menunjukkan bahwa dimensi empati (*empati*) memenuhi harapan dan meningkatkan loyalitas pengguna. Pengguna merasa bahwa perhatian dan komunikasi staf BRIMO memenuhi harapan mereka, yang menghasilkan kepuasan dan loyalitas pengguna yang lebih tinggi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode *Servqual* mengenai kualitas layanan aplikasi BRIMO, elemen *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sangat memengaruhi kepuasan dan kesetiaan pengguna. Aspek fisik, ketersediaan sistem, respons pengguna, keamanan data, dan komunikasi empatik dari karyawan BRIMO adalah komponen penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat hubungan mereka dengan aplikasi yang tersebar luas.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi BRIMO. Tingkatkan Aspek Visual dan Tampilan: Menjaga dan terus meningkatkan komponen fisik yang berkaitan dengan layanan aplikasi, seperti desain antarmuka yang lebih menarik dan mudah digunakan, akan meningkatkan kepuasan pengguna. Perbaiki Keandalan Layanan: Menjamin ketersediaan internet yang stabil dan respons sistem yang cepat dan konsisten akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRIMO. Respons Cepat Terhadap Umpan Balik: Meningkatkan respons tim BRIMO terhadap umpan balik dan permintaan pengguna dengan menyediakan solusi yang cepat dan efektif akan meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Meningkatkan Keamanan Data: Menjaga dan meningkatkan keamanan dan privasi data pengguna akan membuat pengguna merasa lebih nyaman dan puas saat menggunakan aplikasi. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Staf: Melatih karyawan BRIMO untuk lebih

komunikatif, perhatian, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna akan membantu membangun hubungan yang positif dan meningkatkan loyalitas pengguna

Referensi

- Aditya, A., Kanthi, Y. A., & Aminah, S. (2022). *Metodologi Penelitian Ilmiah dalam Disiplin Ilmu Sistem Informasi*. Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.889>
- Aprilia Luluk Latifah, & Tri Wahyuningsih. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap E-Customer Loyalty. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 561–574. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i1.956>
- Bakır, M., & Atalik, Ö. (2021). Application of Fuzzy AHP and Fuzzy MARCOS Approach for the Evaluation of E-Service Quality in the Airline Industry. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 4(1), 127–152. <https://doi.org/10.31181/dmame2104127b>
- Damayanti, P. R., & Palupi, G. S. (2023). Penerapan Metode E-Service Quality dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk Analisis Kualitas Layanan Transfer Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 4(3), 115–125. <https://cekgangguan.id/layanan/m-banking->
- Destian Reza Marhaendra, & Ita Rifiani Permatasari. (2022). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA APLIKASI BRIMO. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1).
- Faisal Azhar, M., & Tantra, T. (2023). *Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ecommerce Shopee the Effect of E-Service Quality and E-Recovery Service Quality on Customer Satisfaction on Shopee Ecommerce*. 11(1), 216–226.
- Fauzan Adi Laksono, Satrio Hadi Wijoyo, & Andi Reza Perdanakusuma. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pengguna MyTelkomsel Dengan Menggunakan Model E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality (Studi Kasus : Pengguna Aplikasi MyTelkomsel Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(2).
- Kanthi, Y. A., Gumilang, K., & Aminah, S. (2024). Evaluasi Kepuasan Pengguna BRImo Menggunakan EUCS. *Teknika*, 13(1), 155–163. <https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.772>
- Prinsis Risma Damayanti, & Ghea Sekar Palupi. (2023). Penerapan Metode E-Service Quality dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk Analisis Kualitas Layanan Transfer Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(3).
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Zahra, F. A., & Putra, R. A. (2022). *Evaluasi Kepuasan Pengguna Aplikasi BRIMO Menggunakan Metode EUCS (STUDI KASUS NASABAH BRI UNIT KERTAPATI)*. 18–23.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362–375. <https://doi.org/10.1177/009207002236911>
- Zenda Eka Brilian, Ratih Tresnati, Nina Maharani, & Nina Maharani. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Pelanggan PT. X Fitur PT. X. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 90–94. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.384>