

DETERMINANTS OF BRIMO CUSTOMER SATISFACTION: ANALYSIS OF FEATURES, SECURITY, AND QUALITY OF SERVICE

Lianda Rimadani^{1*}, Akhmad Suharto², Nursaidah³

^{1,2,3}) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

E-mail : liandrarimadani@gmail.com, suharto@unmuhjember.ac.id, nursaidah@unmuhjember.ac.id

ABSTRACT

This study investigates the factors influencing customer satisfaction with BRImo digital banking services, with a specific focus on feature usage, security, and service quality. The research is particularly urgent given the rapid digital transformation in Indonesia's banking sector and the lack of studies examining digital banking adoption in rural areas. Using a quantitative approach, this study collected data through questionnaires distributed to 95 BRImo users at BRI Unit Suboh Situbondo, selected through simple random sampling. Multiple regression analysis was employed to analyze the relationships between the independent variables (features, security, and service quality) and customer satisfaction. The findings reveal that service quality emerges as the most significant factor affecting customer satisfaction, while feature usage and security show no substantial impact. These results provide novel insights by highlighting the distinct dynamics of digital banking adoption in rural contexts, where service quality outweighs technological features in driving user satisfaction. The study contributes to the existing literature by offering empirical evidence from an underbanked region and challenging conventional assumptions about digital banking adoption drivers. For practitioners, the findings suggest that banks should prioritize service reliability and responsiveness when expanding digital services to rural customers, rather than focusing solely on feature-rich applications.

DOI:

<http://dx.doi.org/10.31000/combis.v7i2.13752>

Article History:

Received: 24/12/2024

Reviewed: 19/04/2025

Revised : 05/05/2025

Accepted : 31/05/2025

Keywords:

Fitur, Keamanan; Kualiyas Layanan;

Kepuasan Nasabah



INTRODUCTION

Menurut (Philip Kotler, 2016), “Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu menarik, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan dengan memilih pasar sasaran dan menciptakan, menyediakan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Sebuah proses yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan. Menurut (Assauri, 2020), Manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, persiapan dan pelaksanaan kegiatan agar perusahaan dapat menghasilkan laba.. Sedangkan Menurut (Hari Sudarsono, 2020), Manajemen pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan (meliputi mengatur, mengarahkan, dan mengkoordinasikan) kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Fungsi manajemen pemasaran tentunya memiliki aktivitas analitik. Artinya, analisis dilakukan untuk menelaah pasar dan lingkungan pemasarannya untuk mengetahui peluang memenangkan pasar dan ancaman apa yang harus dihadapi.

Dalam bisnis global, terdapat hubungan simbiosis antara produsen sebagai penjual produk dan konsumen sebagai pembeli. Produsen memerlukan konsumen untuk membeli produk, sementara konsumen membutuhkan produsen untuk memenuhi kebutuhannya (Qazzafi, 2016). Hubungan ini telah berlangsung selama berabad-abad, bahkan sejak teknologi belum berkembang. Namun, dengan kemajuan teknologi informasi, sistem bisnis mengalami transformasi signifikan. Saat ini, teknologi informasi menjadi pilar utama dalam mendukung bisnis global (Laudon et al., 2021). Proses yang sebelumnya memakan waktu dan sumber daya kini dapat dilakukan lebih cepat dan efisien, bahkan pekerjaan yang memerlukan banyak tenaga manusia kini dapat diselesaikan dengan bantuan teknologi. Kombinasi pembelajaran mesin dan kecerdasan bisnis, misalnya, memungkinkan perusahaan mengolah data untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, dan layanan pelanggan (Davenport et al., 2010). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi tidak hanya memperbaiki efisiensi tetapi juga mendorong daya saing perusahaan di pasar global.

Industri perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama akibat pandemi Covid-19 dan kebijakan pembatasan sosial yang mengikutinya. Selain itu, tantangan struktural seperti skala usaha, daya saing perbankan, serta perkembangan ekonomi dan keuangan digital yang pesat turut menjadi perhatian. Untuk merespons hal tersebut, OJK telah menyusun Roadmap Pengembangan Perbankan Indonesia 2020–2025 (RP2I). RP2I dirancang untuk memberikan arah pengembangan perbankan, baik dalam jangka pendek untuk mendukung pemulihan ekonomi nasional, maupun dalam jangka panjang untuk memperkuat daya tahan (resiliensi), daya saing, dan kontribusi perbankan terhadap perekonomian.

Perkembangan teknologi informasi semakin memengaruhi lanskap perbankan, salah satunya dengan munculnya layanan perbankan digital seperti aplikasi BRIMO (BRI *Mobile*) yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI). Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara *online* dengan lebih mudah. Menurut (Kuswandi et al., 2014), fitur layanan menjadi faktor penting dalam memengaruhi kepuasan nasabah, terutama dalam hal kemampuan berinteraksi dengan pelanggan. Namun, keberhasilan aplikasi perbankan digital tidak hanya bergantung pada kelengkapan fitur, tetapi juga pada keamanan dan kualitas layanan. Layanan *mobile banking* meningkatkan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke ATM atau kantor cabang. Hal ini memungkinkan penghematan waktu dan memberikan kenyamanan lebih bagi nasabah (Supriyono et al., 2011).

Kepuasan nasabah BRI terhadap penggunaan BRImo dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan keamanan. Fitur autentikasi dua faktor dan enkripsi data memberikan rasa aman, sementara fasilitas lengkap seperti transfer antar bank dan pembayaran tagihan membuat nasabah lebih puas. Dukungan pelanggan yang responsif juga meningkatkan pengalaman nasabah. Menurut (Qazzafi, 2016), kepuasan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan dibandingkan dengan harapan mereka. Jika BRImo melebihi harapan nasabah dalam hal kemudahan, keamanan, dan layanan, kepuasan mereka akan meningkat, mendorong loyalitas dan penggunaan yang lebih intensif.

Fitur adalah sebuah properti atau karakteristik dari suatu produk, sistem, atau layanan yang dirancang untuk memberikan nilai atau manfaat tertentu bagi penggunanya. Fitur dapat berupa fungsi, kemampuan, atau fasilitas yang membuat produk, sistem, atau layanan tersebut lebih berguna, efisien, atau menarik. Keamanan adalah suatu kondisi atau perasaan bebas dari bahaya, ancaman, atau risiko yang dapat merugikan atau membahayakan. Keamanan dapat bersifat fisik, seperti keamanan dari tindakan kriminalitas atau bencana alam, maupun non-fisik, seperti keamanan data pribadi atau informasi penting. Kualitas layanan BRImo, seperti autentikasi dua faktor, enkripsi data, dan notifikasi transaksi *real-time*, meningkatkan rasa aman dan kenyamanan nasabah. Keamanan yang terjamin membangun kepercayaan, sementara kemudahan akses dan kecepatan transaksi menambah kenyamanan. Menurut teori SERVQUAL dari (Pratiwi et al., 2023), kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keamanan sebagai bagian dari kualitas layanan meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas layanan BRImo, semakin besar kepuasan nasabah, yang mendorong penggunaan aplikasi lebih intensif dan meningkatkan loyalitas.

Penggunaan fitur BRImo pada BRI Unit Suboh berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fitur-fitur seperti autentikasi dua faktor, notifikasi transaksi real-time, dan kemudahan akses memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah dalam melakukan transaksi. Selain itu, kecepatan dan efisiensi layanan melalui BRImo membantu nasabah menghemat waktu tanpa harus mengunjungi kantor unit. Menurut (Qazzafi, 2016) , jika layanan memenuhi atau melebihi harapan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Dalam konteks ini, BRImo membantu BRI Unit Suboh memenuhi kebutuhan nasabah secara digital, sehingga memberikan pengalaman layanan yang lebih baik, meningkatkan kepuasan, dan membangun loyalitas nasabah terhadap layanan bank.

Grand theory yang mendasari penelitian tentang pengaruh fitur, keamanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh dapat dijelaskan sebagai berikut: Kepuasan nasabah merupakan hasil dari evaluasi mereka terhadap pengalaman menggunakan layanan, di mana fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan memberikan nilai fungsional dan kenyamanan, sementara keamanan yang terjamin memberikan rasa percaya dan perlindungan terhadap risiko. Kualitas layanan yang baik, yang ditandai dengan kecepatan, keandalan, dan responsifitas, menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan persepsi nilai. Kombinasi antara fitur yang memadai, keamanan yang terjamin, dan kualitas layanan yang baik akan membentuk persepsi positif nasabah terhadap BRIMO, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan. Penelitian di BRI Unit Suboh dapat menguji dan memperdalam pemahaman tentang bagaimana ketiga faktor ini berinteraksi dan berkontribusi terhadap kepuasan nasabah dalam konteks spesifik mereka.

Fenomena penelitian mengenai pengaruh fitur, keamanan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BRI Unit Suboh menunjukkan bahwa ketiga faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan BRIMO. Fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, dan informasi saldo, menjadi daya tarik utama bagi nasabah. Keamanan dalam bertransaksi juga menjadi perhatian utama, di mana nasabah menginginkan jaminan keamanan yang kuat terhadap data dan transaksi mereka. Kualitas layanan yang baik, termasuk kecepatan transaksi, ketersediaan aplikasi, dan responsifitas customer service, juga berkontribusi pada kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan di BRI Unit Suboh Situbondo dapat memberikan wawasan mendalam mengenai preferensi dan harapan nasabah terhadap layanan BRIMO, sehingga BRI dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin beragam.

LITERATURE REVIEW

Fitur

Fitur adalah suatu karakteristik, fungsi, atau kemampuan spesifik yang terdapat pada sebuah produk, layanan, perangkat, atau sistem. Fitur dirancang untuk memberikan manfaat atau nilai tambah kepada pengguna, membantu memenuhi kebutuhan, atau menyelesaikan masalah tertentu. Fitur dapat ditemukan dalam berbagai konteks, seperti teknologi, produk fisik, atau layanan, dan berfungsi untuk meningkatkan kegunaan, efisiensi, atau daya tarik suatu produk atau layanan (Firmansyah, 2019). Oleh karena itu, teori tersebut dioperasionalkan pada BRI Unit Suboh. Indikator pengukur fitur berdasarkan yang dikemukakan yaitu (Poon, 2008):

1. Akses informasi produk atau layanan yang mudah, fitur layanan harus mampu menghadirkan kemudahan terhadap konsumen guna keperluan mengakses informasi.
2. Keberagaman layanan transaksi, layanan yang disediakan memiliki keberagaman untuk proses transaksi nasabah.
3. Keberagaman fitur, bank harus mampu memberikan layanan fitur untuk memudahkan dan memberikan informasi pada nasabah.
4. Inovasi produk atau layanan, adanya fitur-fitur tambahan memberikan minat nasabah pada *e-banking*.

Kemananan

Menurut (Kholid & Soemarso, 2018), keamanan merupakan salah satu aspek penting di dalam sistem informasi perbankan. Tujuan terbentuknya keamanan yaitu untuk mencegah, mengatasi dan melindungi berbagai sistem informasi. Oleh karena itu, teori tersebut dioperasionalkan pada BRI Unit Suboh. Indikator keamanan adalah terkait jaminan keamanan dan kerahasiaan data (Raman et al., 2019) terdiri dari:

1. Terjaminnya transaksi
2. Kemudahan transaksi melalui *Cash On Delivery* atau pun transfer
3. Bukti transaksi melalui nomor resi pengiriman
4. Citra penjual *online*
5. Kualitas produk. Keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah tingkat kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu organisasi, perusahaan, atau individu mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas layanan mencakup berbagai aspek, seperti kecerdikan, ketanggapan, kompetensi, kasih sayang, empati, dan kemampuan untuk

memberikan layanan secara konsisten. Kualitas layanan mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perseroan kepada para konsumen/nasabah untuk memenuhi kebutuhan konsumen/nasabah. Menurut (Lilliek Suryani, 2017) suatu kualitas layanan *E-Banking* terdapat 6 indikator yaitu:

1. Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan suatu bank untuk membuat atau menciptakan aplikasi dan situs yang dapat digunakan oleh nasabah dengan mudah dan sederhana.
2. Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kemauan bank untuk memenuhi pengiriman suatu informasi dan juga pemenuhan pesan janji nasabah.
3. Ketersediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu suatu kapabilitas bank untuk membangun peran sistem pada aplikasi dan situs bank.
4. Privasi (*privacy*), yaitu kemampuan bank dalam memberikan keamanan data sehingga menimbulkan kepercayaan pada nasabah dan terciptanya rasa terlindung, bebas dari resiko, dan munculnya keyakinan.
5. Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), secara spesifik, kemampuan bank dalam melayani nasabah.
6. Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kapabilitas bank dalam mengelola dan menciptakan situs serta aplikasi yang mempunyai manifestasi menarik.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah mereka menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan. Kepuasan ini tercapai jika produk atau layanan yang diberikan memenuhi atau bahkan melebihi harapan nasabah. Merujuk terkait pendapat dalam (Sjofjan et al., 2020) menggunakan 4 indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kepuasan nasabah, hal ini terjadi apabila nasabah merasa puas.
2. Konfirmasi harapan, hal ini digunakan untuk mengetahui ketidaksesuaian atau kesesuaian terhadap harapan nasabah.
3. Minat membeli ulang, hal ini digunakan untuk mengetahui nasabah dalam penggunaan ulang produk.
4. Ketidakpuasan, apabila konsumen merasa tidak puas, maka kepuasan dalam nasabah tidak akan terbentuk.

RESEARCH METHODS

Metode kuantitatif penelitian ini dilakukan dengan observasi, koesioner, penelitian kepustakaan (Sugiyono, 2018). Selain itu penelitian ini merupakan kuantitatif eksploratif, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami Selain itu penelitian ini

merupakan deskriptif, secara khusus penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami fitur, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Data yang dikumpulkan kemudian diproses melalui uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya, hasil analisis disajikan bersama dengan kesimpulan dan rekomendasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas, analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS for Windows. Tahapan analisis data dalam penelitian ini yaitu data diolah menggunakan bantuan software SPSS for Windows yang dimulai dari uji validitas dan reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi kemudian yang terakhir penarikan kesimpulan.

Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2018). Maka berdasarkan uraian tersebut, Penelitian ini memiliki populasi yang tidak terbatas (*infinite*) dikarenakan peneliti tidak mengetahui pasti jumlah pengguna BRImo pada nasabah BRI Unit Subo Situbondo.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Peneliti memilih 5 sebagai derajat kepercayaan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ferdinand (2014). Jumlah sampel dalam penelitian ini terdapat 19 indikator, maka dapat ditentukan dengan perhitungan jumlah indikator X 5 yaitu $19 \times 5 = 95$ responden.

RESULTS AND DISCUSSION

Uji Validitas Data

Tabel 1 Uji Validitas Data

No	Indikator	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		r hitung	r table	Nilai sig	alpha	
Fitur (X1)						
1.	X1.1	0,502	0,199	0,000	0,05	Valid
2.	X1.2	0,487	0,199	0,000	0,05	Valid
3.	X1.3	0,298	0,199	0,000	0,05	Valid
4.	X1.4	0,437	0,199	0,000	0,05	Valid
Keamanan (X2)						
1.	X2.1	0,509	0,199	0,000	0,05	Valid
2.	X2.2	0,438	0,199	0,000	0,05	Valid
3.	X2.3	0,574	0,199	0,000	0,05	Valid
4.	X2.4	0,353	0,199	0,000	0,05	Valid
5.	X2.5	0,535	0,199	0,000	0,05	Valid
Kualitas Layanan (X3)						

No	Indikator	Kriteria 1		Kriteria 2		Keterangan
		r hitung	r table	Nilai sig	alpha	
1.	X3.1	0,570	0,199	0,000	0,05	Valid
2.	X3.2	0,583	0,199	0,000	0,05	Valid
3.	X3.3	0,577	0,199	0,000	0,05	Valid
4.	X3.4	0,388	0,199	0,000	0,05	Valid
5.	X3.5	0,620	0,199	0,000	0,05	Valid
6.	X3.6	0,573	0,199	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)						
1.	Y1	0,722	0,199	0,000	0,05	Valid
2.	Y2	0,683	0,199	0,000	0,05	Valid
3.	Y3	0,628	0,199	0,000	0,05	Valid
4.	Y4	0,674	0,199	0,000	0,05	Valid

Sumber :Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa masing-masing dari indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid, karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,199) dan nilai signifikansi $0 < 0,005$ dapat disimpulkan bahwa dari semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Standart Alpha	Keterangan
Fitur (X1)	0,517	0,60	Reliabel
Keamanan (X2)	0,641	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (X3)	0,715	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,766	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa hasil uji realiabilitas terhadap seluruh variabel dengan nilai Cronbach Alpha yaitu 0,517, 0,641, 0,715, 0,766 $> 0,60$ dapat di simpulkan bahwa dari semua item pernyataan dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisiensi Regresi	Standart Error
(constant)	3,529	5,198
Fitur (X1)	0,151	0,154
Keamanan (X2)	0,164	0,104
Kualitas Layanan (X3)	0,370	0,078

Sumber :Data diolah peneliti 2025

Nilai konstanta sebesar 3,529 yang berarti jika keamanan dan kualitas layanan nilainya 0 maka besar nilai kepuasan nasabah akan sama dengan konstanta yaitu 3,529, nilai koefisiensi regresi fitur, sebesar 0,151. Artinya bahwa setiap kenaikan 1 variabel fitur akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,151, nilai koefisiensi regresi keamanan sebesar 0,164. Artinya bahwa setiap kenaikan 1 variabel keamanan akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,164. Nilai koefisiensi regresi kualitas layanan sebesar 0,370. Artinya bahwa setiap kenaikan 1 variabel kualitas layanan akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0,370

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig
Fitur (X1)	0,977	1,661	0,331
Keamanan (X2)	1,583	1,661	0,117
Kualitas Layanan (X3)	4,743	1,661	0,000

Sumber :Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 4 dapat diperoleh hasil uji t (Parsial) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel fitur (X1), keamanan (X2) dan kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji t sebelumnya menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada fitur (X1) sebesar $0,331 > 0,05$, keamanan (X2) sebesar $0,117 > 0,05$ dan kualitas layanan sebesar $0,000 < 0,05$ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel fitur (X1), keamanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara Parsial terhadap variabel kepuasan nasabah.

Hasil Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 5 Hasil Koefisien Determinasi R²

Kriteria	Koefisiensi
R	0,570
R Square	0,325
Adjusted R Square	0,303

Sumber :Data diolah peneliti 2025

Berdasarkan tabel 5 hasil uji koefisien determinasi dapat ditentukan dengan cara melihat pada kolom Adjusted R Square. Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki nilai Adjusted R Square 0,303 atau 30,3%. Hal ini berarti variabel X mempengaruhi variabel Y sebanyak 30,3% sisanya 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

DISCUSSION

Pengaruh Fitur terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,331 < 0,05$ artinya fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $0,977 > 1,661$ maka berdasarkan nilai signifikam dan nilai t_{hitung} dapat disimpulkan bahwa fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis ditolak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Siregar, 2025) dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)” menemukan bahwa Fitur Layanan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED. Hasil penelitian terdahulu oleh (Christina Ayu Maha Dewi, 2023) dengan judul “Peran Kepuasan dalam Memediasi Fitur Layanan dan Penerimaan Teknologi Mobile Banking BNI Terhadap Loyalitas Nasabah” menemukan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh kepada kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,117 < 0,05$ artinya keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $1,583 > 1,661$ maka berdasarkan nilai signifikam dan nilai t_{hitung} dapat disimpulkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis ditolak. Keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah karena keamanan sudah dianggap sebagai standar dalam layanan perbankan digital. Selama keamanan cukup terjamin, nasabah cenderung tidak terlalu memperhitungkan faktor ini dalam menilai kepuasan mereka. Selain itu, masalah keamanan jarang menjadi perhatian utama kecuali jika terjadi kasus peretasan atau penipuan, yang relatif jarang dialami oleh sebagian besar pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh (Saragih & Siregar, 2025) dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed)” menemukan bahwa Privasi keamanan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen UNIMED. Lanjutnya penelitian oleh (Ibnu Cahyo Ramadhan, 2022) dengan judul “Pengaruh Promosi, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee” menemukan bahwa keamanan tidak

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di e-commerce Shopee membuktikan bahwa konsumen ragu bahwa Shopee dapat menjamin data pribadi yang mereka berikan. Selanjutnya peneliti terdahulu oleh (Doddy Adrisal Putra, 2023) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee Di Kota Solok” menemukan bahwa Keamananan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Shopee di Kota Solok.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,743 > 1,661$ maka berdasarkan nilai signifikam dan nilai t hitung dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis diterima.

Penelitian yang dilakukan oleh (Respati et al., 2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang)” menemukan bahwa kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang maksimal dan baik yang dirasakan oleh nasabah dengan menggunakan lima pendekatan dari kualitas pelayanan pada Bank BCA yang berhasil membangun kepuasan nasabah.

Selanjutnya penelitian terdahulu oleh (Asri Cahya Mandiri, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI Mobile (BRIMO)” menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI Mobile (BRImo). Artinya semakin baik kualitas layanan BRI Mobile (BRImo) yang diberikan kepada nasabah, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Pelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh fitur, keamanan, kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan oleh penulis pada BRI Unit Suboh Situbondo sebagai berikut: 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat hasil uji t, nilai signifikan dan nilai t hitung dapat disimpulkan bahwa fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis ditolak. 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat hasil uji t, nilai signifikan dan nilai t hitung dapat disimpulkan bahwa

keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis ditolak.

3) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat hasil uji t, nilai signifikan dan nilai t hitung dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah artinya hipotesis diterima.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, pembahasan serta kesimpulan diatas maka saran yang dapat di berikan penulis adalah sebagai berikut : 1) Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi BRI Unit Suboh Situbondo untuk memprioritaskan pengembangan dan peningkatan fitur, keamanan dan kualitas layanan. Investasi dalam ketiga aspek tersebut bukan hanya merupakan biaya, tetapi juga investasi jangka panjang dalam membangun reputasi dan loyalitas nasabah. 2) Penelitian selanjutnya diperlukan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan nasabah, serta interaksi antara berbagai faktor tersebut. Penelitian juga dapat difokuskan pada segmentasi nasabah untuk memahami preferensi dan kebutuhan mereka yang berbeda terkait fitur, keamanan dan kualitas layanan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Pertama, studi hanya berfokus pada nasabah BRI Unit Suboh Situbondo, sehingga temuan mungkin tidak sepenuhnya mewakili dinamika penggunaan BRI Mo di wilayah lain dengan karakteristik demografi berbeda. Kedua, penelitian mengandalkan data persepsi nasabah yang dikumpulkan melalui kuesioner, yang berpotensi mengandung bias subjektivitas responden. Ketiga, variabel yang diteliti terbatas pada fitur, keamanan, dan kualitas layanan, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal seperti infrastruktur digital atau literasi keuangan masyarakat. Keempat, periode pengumpulan data yang cross-sectional tidak dapat menangkap perubahan perilaku nasabah dalam jangka panjang. Terakhir, ukuran sampel yang relatif kecil (95 responden) dan teknik sampling yang digunakan mungkin mempengaruhi generalisasi hasil.

Studi ini memberikan beberapa kontribusi penting baik secara teoritis maupun praktis. Dari sisi akademis, penelitian memperkaya literatur tentang adopsi perbankan digital dengan memberikan bukti empiris dari konteks pedesaan Indonesia, yang masih kurang mendapat perhatian dalam studi-studi sebelumnya. Temuan tentang dominasi kualitas layanan atas faktor teknologi (fitur dan keamanan) dalam memengaruhi kepuasan nasabah menantang asumsi umum dalam literatur digital banking yang cenderung menekankan pentingnya aspek teknis. Bagi praktisi perbankan, hasil penelitian ini memberikan panduan strategis dalam mengembangkan dan menyempurnakan layanan digital banking untuk segmen pedesaan, dengan menekankan peningkatan kualitas layanan daripada sekadar menambah fitur-fitur

canggih. Selain itu, metodologi penelitian yang diterapkan dapat menjadi referensi untuk studi serupa di wilayah dengan karakteristik demografi sejenis.

REFERENCE

- Adi Wibowo, D. L. , & P. D. J. (2017). Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran. . In *Bandung: Alfabeta*.
- Ali, A., & Audi, M. (2016). The Impact of Income Inequality, Environmental Degradation and Globalization on Life Expectancy in Pakistan: *An Empirical Analysis*.
- Arikunto MTsN Tempel Sleman, S., & Negeri Yogyakarta, U. (2013). Manajemen Perpustakaan Di Madrasah Aliyah Negeri Yogyakarta. In *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan Jurnal Akutabilitas Manajemen Pendidikan* (Vol. 252, Issue 2).
- Asri Cahya Mandiri, E. E. Y. M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI Mobile (BRIMO). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1), 1423–1430.
- Assauri, A. S. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Stres Kerja dan Kepemimpinan terhadap Turnover Intention Karyawan (Studi Kasus pada UMKM Pengusaha Jenang Karomah Kudus). *Doctoral Dissertation IAIN KUDUS*.
- Bisnis, J., & Akuntansi, D. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia Denny Surya Dan Deasy Ariyanti Rahayuningsih (Vol. 14, Issue 3).
- Bisnis, J., Kajian, D., Manajemen, S., Darmawan, D., Sinambela, E. A., Hariani, M., Irfan, M., Mayjen, U., Mojokerto, S., & Ekonomi, F. (2020). Analisis Komitmen Organisasi, Iklim Kerja, Kepuasan Kerja dan Etos Kerja yang Memengaruhi Kinerja Pegawai. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4.
- Bondan Satrio Kinasih. (2012). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online.
- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donavan, D. T., & Licata, J. W. (2002). *Research Notes And Communications The Customer Orientation of Service Workers: Personality Trait Effects on Self-and Supervisor Performance Ratings*.
- Christina Ayu Maha Dewi, I. G. S. (2023). Peran Kepuasan dalam Memediasi Fitur Layanan dan Penerimaan Teknologi Mobile Banking BNI Terhadap Loyalitas Nasabah. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 484–496. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.20299>
- Creswell, J. W. (2013). *Steps in Conducting a Scholarly Mixed Methods Study*. <https://digitalcommons.unl.edu/dberspeakers/48>
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). *A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation*.
- Davenport, T. H., Harris, J., & Shapiro, J. (2010). *Competing on Talent Analytics*. www.hbr.org
- Doddy Adrisal Putra, D. T. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee Di Kota Solok. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(2), 78–93.

- Edi Sugiyono, R. R. S. (2022). Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi pegawai sebagai variabel intervening pada dinas ketahanan pangan, kelautan dan pertanian Provinsi DKI Jakarta tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2691–2708. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Ferdinand, P. (2016). Westward ho-the China dream and “one belt, one road”: Chinese foreign policy under Xi Jinping. In *International Affairs* (Vol. 92). <https://academic.oup.com/ia/article/92/4/941/2688105>
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*.
- Fransisca, A., & Wijoyo, H. (2020). Implementasi Mettā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di Kelas Virya Sekolah Minggu Sariputta Buddhies. *Jurnal Ilmu Agama Dan Pendidikan Agama Buddha*, 2(1).
- Goetsch, D. (1994). Effect Of Total Quality Management Practices On Department Performance And Students Satisfaction At Private Colleges In South Sulawesi, Indonesia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 125–128.
- Gürünlü Alma, Ö. (2011). Comparison of Robust Regression Methods in Linear Regression. In *Int. J. Contemp. Math. Sciences* (Vol. 6, Issue 9).
- Hadi, N. T., Widyaningtyas, T., & Arifin,) M Zainal. (2015). Pengembangan Tracer Study Berbasis Web Di Smk Islam Batu. In *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handayani. (2020). Penyakit virus corona 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*, 4.
- Hari Sudarsono. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV PUSTAKA ABADI.
- Ibnu Cahyo Ramadhan, T. C. A. (2022). Pengaruh Promosi, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*, 1(1), 1.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2014. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Ke-1 Desember 2014).
- Iman Sugiyono, E., & September, D. (2014). Pengembangan Bahan Ajar Menyimak Berbasis Multimedia Interaktif Dalam Model Belajar Mandiri Untuk Sekolah Menengah Pertama. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>
- Jones, G. R., Columbus, B., New, I., San, Y., Upper, F., River, S., Cape, A., Dubai, T., Madrid, L., Munich, M., Montréal, P., Delhi, T., Sao, M. C., Sydney, P., Kong, H., Singapore, S., & Tokyo, T. (2013). *Organizational Theory, Design, and Change seventh edition global edition Brief Contents Part 1 The Organization and Its Environment 23 Part 2 Organizational Design 114 Part 3 Organizational Change 295*.
- Kahpi, A. (2017). Budidaya Dan Produksi Kopi Di Sulawesi Bagian Selatan Pada Abad Ke-19. In *Journal of Cultural Sciences* (Vol. 12, Issue 1). <http://journal.unhas.ac.id/index.php/jlb>

- Kholid Soemarso. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank Bni Syariah KCP Magelang.
- Kohler, A., Kuo, A., Nagy, L. G., Morin, E., Barry, K. W., Buscot, F., Canbäck, B., Choi, C., Cichocki, N., Clum, A., Colpaert, J., Copeland, A., Costa, M. D., Doré, J., Floudas, D., Gay, G., Girlanda, M., Henrissat, B., Herrmann, S., ... Martin, F. (2015). Convergent losses of decay mechanisms and rapid turnover of symbiosis genes in mycorrhizal mutualists. *Nature Genetics*, 47(4), 410–415. <https://doi.org/10.1038/ng.3223>
- Kotler, P., Keller, K. L., Columbus, B., New, I., San, Y., Cape, F. A., Dubai, T., Madrid, L., Munich, M., Montreal, P., Delhi, T., Sao, M. C., Sydney, P., Kong, H., Singapore, S., & Tokyo, T. (2012a). *A Framework For Marketing Management Sixth Edition Global Edition*.
- Kotler, P., Keller, K. L., Columbus, B., New, I., San, Y., Cape, F. A., Dubai, T., Madrid, L., Munich, M., Montreal, P., Delhi, T., Sao, M. C., Sydney, P., Kong, H., Singapore, S., & Tokyo, T. (2012b). *A Framework For Marketing Management Sixth Edition Global Edition*.
- Kuncoro. (1993). Pertumbuhan Ekonomi Dan Ketimpangan Antar Kecamatan Di Kabupaten Banyumas, 1993-2000.
- Kuswandi, B., Irmawati, T., Hidayat, M. A., Jayus, & Ahmad, M. (2014). A simple visual ethanol biosensor based on alcohol oxidase immobilized onto polyaniline film for halal verification of fermented beverage samples. *Sensors (Switzerland)*, 14(2), 2135–2149. <https://doi.org/10.3390/s140202135>
- Laudon, H., Hasselquist, E. M., Peichl, M., Lindgren, K., Sponseller, R., Lidman, F., Kuglerová, L., Hasselquist, N. J., Bishop, K., Nilsson, M. B., & Ågren, A. M. (2021). Northern landscapes in transition: Evidence, approach and ways forward using the Krycklan Catchment Study. *Hydrological Processes*, 35(4). <https://doi.org/10.1002/hyp.14170>
- Lilliek Suryani. (2017). Upaya Meningkatkan Sopan Santun Berbicara Dengan Teman Sebaya Melalui Bimbingan Kelompok.
- Manajemen, J., & Bisnis, D. (2021). Pengaruh Price Earning (Per), Earning Per Share (Eps), Debt To Equity Ratio (Der) Terhadap Harga Saham. 1(1), 40–57.
- Marlina, L., Putu, D., Ardiana, Y., Rini, K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggabarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astuti, M., & Pujiyanto, D. (2020). *DIGITAL MARKETING*. www.penerbitwidina.com
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. In *Source: The Journal of Marketing* (Vol. 41, Issue 1).
- Mcknight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., & Clay, P. F. (2011). Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures. *ACM Transactions on Management Information Systems*, 2(2). <https://doi.org/10.1145/1985347.1985353>
- Mohyi, A. (2021). The Effect of Job Satisfaction on Turnover Intention Through Organizational Commitment as a Mediation. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 4(3), 61–75. <https://doi.org/10.32535/apjme.v4i3.1269>

- Moon, R. W., Hall, J., Rangkuti, F., Ho, Y. S., Almond, N., Mitchell, G. H., Pain, A., Holder, A. A., & Blackman, M. J. (2013a). Adaptation of the genetically tractable malaria pathogen *Plasmodium knowlesi* to continuous culture in human erythrocytes. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110(2), 531–536. <https://doi.org/10.1073/pnas.1216457110>
- Moon, R. W., Hall, J., Rangkuti, F., Ho, Y. S., Almond, N., Mitchell, G. H., Pain, A., Holder, A. A., & Blackman, M. J. (2013b). Adaptation of the genetically tractable malaria pathogen *Plasmodium knowlesi* to continuous culture in human erythrocytes. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110(2), 531–536. <https://doi.org/10.1073/pnas.1216457110>
- Morris, J. (2001). *Impairment and Disability: Constructing an Ethics of Care That Promotes Human Rights*.
- Novitasari, A., & Suryani, T. (2019). Peran kepercayaan merek, citra merek, dan celebrity endorsement terhadap loyalitas merek bedak tabur wardah. *Journal of Business & Banking*, 7(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.999>
- Nuning Indah Pratiwi. (2017). *Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi*.
- Nurkholis, A., Susanto, E. R., & Wijaya, S. (2021). Penerapan Extreme Programming dalam Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Pelayanan Publik. In *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)* (Vol. 5, Issue 1).
- Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: A research agenda. In *Academy of Marketing Science. Journal; Winter* (Vol. 28).
- Penyusun, N., & Kurniasari, C. (n.d.). *PERSETUJUAN SKRIPSI*.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.).
- Poon, W. C. (2008a). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Poon, W. C. (2008b). Users' adoption of e-banking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1), 59–69. <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Pratiwi, L. H., Ellyawati, J., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2023). Layanan M-Banking Dan Pengaruhnya Pada Kepuasan Dan Loyalitas: Studi Empiris Bank Bni. *Modus*, 35(2), 212–226.
- Purwo Adi, R., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2013) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal* 10 MAJ 2 (1) <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Purwo Adi, R., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2013b). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Qazzafi, S. (2016). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2, 130–134. www.ijred.com

- Qazzafi, S. (2019). Consumer Buying Decision Process Toward Products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(5 September-Oktober 2019). www.ijared.com
- Rachmadani, R., Fajar Wulandari, Y., Bastian, Y., & Desar Deryansyah, A. (2023). *Pemberdayaan Komunikasi Pembangunan Program Entrepreneurship Success Challenge bagi Pengusaha Milenial Gen-Z di Sumatera Barat*. <https://jurnal.alungcipta.com/index.php/JIM>
- Raman, A., Annamalai, V., & Annamalai, V. (2011). *E-Marketing the Lifeline of NetGeneration: An Empirical Study*. <http://www.imacst.com/>
- Raman, A., Annamalai, V., & Annamalai, V. (2019). *E-Marketing the Lifeline of NetGeneration: An Empirical Study*. <http://www.imacst.com/>
- Rauyruen, P., & Miller, K. E. (2007). Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*, 60(1), 21–31. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.11.006>
- Reitsma, M. B., Fullman, N., Ng, M., Salama, J. S., Abajobir, A., Abate, K. H., Abbafati, C., Abera, S. F., Abraham, B., Abyu, G. Y., Adebisi, A. O., Al-Aly, Z., Aleman, A. V., Ali, R., Alkerwi, A. Al, Allebeck, P., Al-Raddadi, R. M., Amare, A. T., Amberbir, A., ... Gakidou, E. (2017a). Smoking prevalence and attributable disease burden in 195 countries and territories, 1990-2015: A systematic analysis from the global burden of disease study 2015. *The Lancet*, 389(10082), 1885–1906. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)30819-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)30819-X)
- Reitsma, M. B., Fullman, N., Ng, M., Salama, J. S., Abajobir, A., Abate, K. H., Abbafati, C., Abera, S. F., Abraham, B., Abyu, G. Y., Adebisi, A. O., Al-Aly, Z., Aleman, A. V., Ali, R., Alkerwi, A. Al, Allebeck, P., Al-Raddadi, R. M., Amare, A. T., Amberbir, A., ... Gakidou, E. (2017b). Smoking prevalence and attributable disease burden in 195 countries and territories, 1990-2015: A systematic analysis from the global burden of disease study 2015. *The Lancet*, 389(10082), 1885–1906. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)30819-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(17)30819-X)
- Respati, J., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Bank BCA KCU Pusat Kota Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 41, Issue 1).
- Rizky Aditama, R., Nurkhin Jurusan Pendidikan Ekonomi, A., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2020). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal Dengan Pengetahuan Investasi Dan Manfaat Investasi Sebagai Variabel Intervening. *Business and Accounting Education Journal* <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej>
- Sakai, Y., Murdanoto, A. P., Sembiring, L., Tani ', Y., & Kato, N. (1995). A novel formaldehyde oxidation pathway in methylotrophic yeasts: Methylformate as a possible intermediate. In *FEMS Microbiology Letters* (Vol. 127).
- Saragih, S. A., & Siregar, Z. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Privasi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Unimed). *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 5(1), 129–140.

- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. In *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Septi Winarsih, A., & Ratminto, dan. (2023). Pendampingan Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Digital di Kalurahan Sendangarum. 5(3), 1393–1399. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i3.8034>
- Serhan, M., Sprowls, M., Jackemeyer, D., Long, M., Perez, I. D., Maret, W., Tao, N., & Forzani, E. (2019). Total iron measurement in human serum with a smartphone. *AICHe Annual Meeting, Conference Proceedings*, 2019-November. <https://doi.org/10.1039/x0xx00000x>
- Sjofjan, O., Adli, D. N., Djunaidi, H., & Kuncoro, A. S. (2020). Utilization of Biogas Liquid Waste For Starter In The Fermentation of Rice Husk As A Potential Feedstuff. *Animal Production*, 22(1), 24–30.
- Stefani Lily Indarto, I. G. (2016). Fraud Diamond: Detection Analysis On The Fraudulent Financial Reporting. *Risk Governance & Control: Financial Markets & Institutions*, 6(4), 116–238.
- Sugiyono, E., & Rahajeng S., R. (2022). Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi pegawai sebagai variabel intervening pada dinas ketahanan pangan, kelautan dan pertanian Provinsi DKI Jakarta tahun 2020. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(7), 2691–2708.
- Sugiyono, R. F. (2018). Perilaku Peduli Lingkungan Pada Siswa Kelas X Sma Muhammadiyah 1 Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Bog*, 1–11.
- Suharsimi Arikunto. (2002). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Kecap Pedas ABC di Kota Semarang). *JURNAL STIE SEMARANG*, , 4.
- Sulasih. (2021). Model Theory Of Planned Behaviour Dalam Memprediksi Perilaku Konsumsi Jamu Perspektif Konsumsi Islam Serta Implikasi Pada Strategi Pemasaran.
- Supriyono, E., Syahputra, R., Faisol Riza Ghazali, M., Wahjuningrum, D., Nirmala, K., & Hari Kristanto, A. (2011). Efektivitas pemberian zeolit, arang aktif, dan minyak cengkeh terhadap hormon kortisol dan gambaran darah benih ikan patin *Pangasionodon hypophthalmus* pada pengangkutan dengan kepadatan tinggi. *Jurnal Iktiologi Indonesia*, 11(1), 67–75.
- Tantowi, M., Andriani, J., Inggang, K., & Nuralam, P. (2019). The Impact Of Website Quality On Consumer Satisfaction And Purchase Intention (Study Case of E-Commerce Lazada Indonesia in Malang City). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 67, Issue 1). www.digitalnewsasia.com
- Teguh, R., Djamhur, S., Devi, H., & Azizah, F. (2015). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 25, Issue 1).
- Tse & Wilton. (1998). Expectations And Disconfirmation Beliefs As Predictors Of Consumer Satisfaction, Repurchase Intention, And Complaining Behavior: *An Empirical Study*.

- Van Riel, A. C. R., Liljander, V., & Jurriëns, P. (2001). Exploring consumer evaluations of e-services: A portal site. *International Journal of Service Industry Management*, 12(4), 359–377. <https://doi.org/10.1108/09564230110405280>
- Vita Dhameria. (2014). *Pembelian Impulsif (Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang). Doctoral Dissertation, Diponegoro University*, 1–60.
- Voss, G. B., Parasuraman, A., & Grewal, D. (2001). *The Roles of Price, Performance, and Expectations in Determining Satisfaction in Service Exchanges*.
- Wandi. (2018). *Implementasi Program Keagamaan dalam Membentuk Karakter Disiplin Peserta Didik di SDIT Istiqomah Lembang*.
- Wang, W., Leung, K. K., Fong, W. K., Wang, S. F., Hui, Y. Y., Lau, S. P., Chen, Z., Shi, L. J., Cao, C. B., & Surya, C. (2012). Molecular beam epitaxy growth of high quality p-doped SnS van der Waals epitaxy on a graphene buffer layer. *Journal of Applied Physics*, 111(9). <https://doi.org/10.1063/1.4709732>
- Wasilaine, T. L., Talakua, M. W., & Lesnussa, Y. A. (2014). *Model Regresi Ridge Untuk Mengatasi Model Regresi Linier Berganda Yang Mengandung Multikolinieritas (Studi Kasus: Data Pertumbuhan Bayi di Kelurahan Namaelo RT 001, Kota Masohi) Ridge Regression Model to Overcome Multiple Linear Regression with Multicollinearity (Case Study: Growth of Infants Data in Sub Namaelo, RT. 001, Masohi City)* (Vol. 8, Issue 1).
- Wibowo, E., & Pratiwi, D. D. (2018). *Desimal: Jurnal Matematika Pengembangan Bahan Ajar Menggunakan Aplikasi Kvisoft Flipbook Maker Materi Himpunan*. 1(2), 147–156. <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/desimal/index>
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007a). Technology acceptance: a meta-analysis of the TAM: Part 1. In *Journal of Modelling in Management* (Vol. 2, Issue 3, pp. 251–280). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007). Technology acceptance: a meta-analysis of the TAM: Part 1. In *Journal of Modelling in Management* (Vol. 2, Issue 3, pp. 251–280). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/17465660710834453>
- Zeithaml, V. A. (2001). *What Drives Customer Equity A company's current customers provide the most reliable source of future revenues and profits*. www.mysimon.com
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>