

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS

LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Studi Pada Pengguna *M-Banking* Bank BRI di Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Hilda Alivia Firdaus

22001081273



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan (X1), kenyamanan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan nasabah pada *pengguna m-banking* Bank BRI di Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah *penelitian eksplanasi* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BRI di Kota Malang yang menggunakan aplikasi BRImo. Sampel penelitian ini menggunakan rumus Malhotra, yang diperoleh dari sampel 90 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan menggunakan program analisis SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Trust (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *pengguna m-banking* Bank BRI di Kota Malang, variabel Convenience (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *pengguna m-banking* Bank BRI di Kota Malang dan variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *pengguna m-banking* Bank BRI di Kota Malang.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah



ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze the influence of trust (X1), convenience (X2), and service quality (X3) on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The population of this study is Bank BRI customers in Malang City who use the BRI Mo application. The sample of this study used the Malhotra formula, which was obtained from a sample of 90 respondents. This study uses a multiple linear regression analysis method, which is carried out using the SPSS 25 analysis program. The results of this study show that the Trust variable (X1) has no effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City, the Convenience variable (X2) has an effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City and the Service Quality variable (X3) has an effect on customer satisfaction in Bank BRI m-banking users in Malang City.

Keywords: *Trust, Convenience, Service Quality, Customer Satisfaction*



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

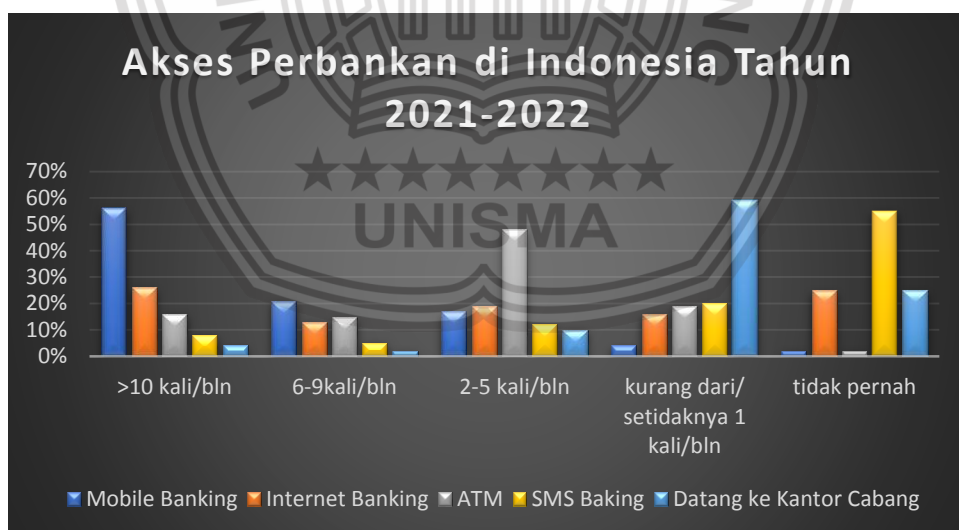
Di era digital saat ini yang mengalami kemajuan sangat pesat dan dapat kita lihat dengan adanya kemajuan teknologi telah mengubah pola hidup dan pola pikir masyarakat. Masa paska pandemi covid-19 juga merupakan salah satu penyebab perubahan perilaku masyarakat yang lebih mengarah ke akses digital. Pemanfaatan berbagai pola konsumsi masyarakat ke arah digital mendorong perbankan untuk mempercepat proses perubahan menuju perbankan digital.

Saat ini telah banyak ditawarkan layanan perbankan digital oleh industri perbankan di Indonesia. Layanan perbankan digital ini tidak jauh berbeda dengan layanan perbankan konvensional hanya saja fitur layanan perbankan digital dapat diakses secara mandiri melalui aplikasi perbankan di *smartphone* tanpa harus datang ke kantor cabang bank. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 12 /POJK.03/2018, tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, pengertian *digital banking* atau perbankan atau perbankan digital merupakan layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan, serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan.

Layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh Bank untuk meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh layanan perbankan secara mandiri tanpa harus mendatangi kantor bank yaitu *electronic banking*.

Electronic banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui *alternative delivery channel* media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *phone banking*, *electronic fundtransfer (EFT)*, *electronic data capture (EDC)*, *internet banking* dan *mobile banking*.

Salah satu fitur layanan *electronic banking* yang banyak diminati nasabah adalah *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* dapat mempermudah seseorang dalam melakukan berbagai transaksi seperti, melakukan pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan rutin bulanan (listrik, telepon, asuransi, dsb). *Mobile banking* merupakan inovasi dari fitur layanan sebelumnya yaitu SMS banking dan *phone banking*. Bagi bank, *electronic banking* dapat menjadikan solusi mempertahankan nasabah pada era digital ini.



Gambar 1. 1 Akses Perbankan di Indonesia

Sumber: kompas.com

Dari data di atas menunjukkan bahwa di Indonesia perkembangan transaksi digital terus mengalami peningkatan, dalam kurun tahun 2021-

2022 pengguna *mobile banking* meningkat 22% dari 34% di tahun 2021 kemudian meningkat menjadi 56% di tahun 2022. Peningkatan tersebut merupakan peningkatan dari berbagai akses perbankan di Indonesia.

Pertumbuhan *mobile banking* yang didukung dengan adanya perkembangan teknologi, media sosial dan pola hidup masyarakat dapat memberikan manfaat bagi industri perbankan antara lain menghasilkan pendapatan *fee-based income*, mengurangi biaya transaksi, pengembangan bisnis dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

Pada perusahaan perbankan, kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan karena dengan pelanggan merasa puas terhadap perusahaan, maka dapat mempertahankan citra perusahaan. Kepuasan nasabah adalah keadaan dimana konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa bank karena kinerja yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen (Zahara, 2018:30). Terciptanya suatu kepuasan nasabah akan memunculkan berbagai manfaat baik bagi perusahaan maupun pelanggan itu sendiri seperti, terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan serta menjadi dasar pemakaian atau pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan.

Peningkatan kepuasan nasabah sebagai bentuk penilaian nasabah tentang kualitas inti dan rasional serta fitur kinerja menjadi lebih menguntungkan. Adanya kepuasan nasabah juga menjadikan upaya pemulihan terhadap nasabah bank seperti, nasabah yang mengalami masalah karena dinilai bank kurang menguntungkan. Kepuasan nasabah,

selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan, juga ditentukan oleh kepercayaan nasabah serta kemudahan nasabah dalam bertransaksi.

Kepercayaan nasabah terhadap pihak bank dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan pada suatu keyakinan bahwa pihak bank yang dipercayai akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut Kholid & Soemarso (2018) kepercayaan merupakan kepercayaan nasabah terhadap keandalan pihak bank dalam menjamin keamanan datanya. Meminimalkan risiko, menjamin keamanan dan kerahasiaan data saat bertransaksi merupakan upaya dalam membangun kepercayaan nasabah. Terjaminnya keamanan serta kemudahan penggunaan fitur *mobile banking* dapat membuat nasabah percaya dan merasa puas dengan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Pada penelitian Delvi (2021) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kemudahan nasabah dalam bertransaksi juga merupakan tujuan dalam menciptakan kepuasan nasabah. Penggunaan fitur layanan perbankan digital saat ini dapat mempermudah dan mempercepat nasabah dalam melakukan transaksi. Fitur layanan perbankan digital yang sangat diminati yaitu *mobile banking*. Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berarti layanan *mobile banking* akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari cara bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dari hasil penelitian Safitri (2023) kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kualitas pelayanan yang baik memegang peran utama untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan kepada nasabah akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan, sehingga nasabah akan tetap menggunakan jasa perusahaan. Pelayanan yang baik kepada nasabah harus selalu ditingkatkan karena dapat mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Begitupun dengan menciptakan adanya fitur dan layanan sesuai keinginan nasabah yang tersedia pada aplikasi *mobile banking*, juga merupakan upaya perbankan dalam memberikan kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Dalam penelitian Kasengkang (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

Sektor perbankan berhasil melakukan perubahan melalui pengembangan aplikasi *mobile banking* dan mampu mendorong pertumbuhan bisnis masing-masing perusahaan. Salah satunya perusahaan yang berhasil mengembangkan aplikasi *mobile banking* yaitu BRI lebih banyak digunakan karena memiliki basis nasabah yang lebih luas dan mampu menciptakan fitur-fitur dalam layanan *mobile banking e banking* yang menyesuaikan kebutuhan nasabah.

Bank	Jumlah User	Transaksi	Pertumbuhan	Nilai Transaksi
BRImo	29,8 juta	2,18 miliar	79,1%	Rp 2.984 triliun
Livin	21,0 juta	2,02 miliar	46%	Rp 2.400 triliun
BNI Mobile	15,6 juta	738 juta	75,3%	Rp 874 triliun
BTN Mobile	593 ribu	~	78%	Rp 2 triliun
BSI Mobile	5,9 juta	266,29 juta	32,8%	Rp 338,22 triliun

Gambar 1. 2 Tabel Pengguna Mobile Banking

Sumber: cnbcindonesi.com

BRImo milik BRI mencatat jumlah pengguna tertinggi hingga September 2023, yakni sebanyak 29,8 juta dengan jumlah transaksi 2,18 miliar senilai Rp 2.984 triliun. Dari hasil tersebut BRI menduduki posisi pertama diantara *mobile banking* yang dikembangkan oleh bank-bank Himbara yang meliputi jumlah pengguna hingga nilai transaksi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah saya lakukan sebelumnya nasabah merasa puas menggunakan aplikasi BRImo, namun terdapat beberapa kekurangan seperti, sering terjadi kegagalan saat melakukan transaksi dikarenakan jaringan yang tidak stabil dan terdapat kendala verifikasi saat mendaftarkan di aplikasi BRImo.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Pengguna M-Banking di Kota Malang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang?
- b. Bagaimana Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang?
- c. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian dihasilkan adalah:

- a. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.
- b. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.
- c. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran serta dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pembanding untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *m-banking*.

2. Secara praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menjadi sarana implementasi ilmu yang telah diperoleh dengan media realita di lapangan, serta mengasah kemampuan untuk mengadakan penelitian ilmiah sebagai salah satu syarat menuju jenjang berikutnya.

- b. Bagi perbankan

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat menentukan strategi maupun ke dalam hal-hal yang lebih baik.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sama dan juga dijadikan referensi untuk perkembangan dan kemajuan dalam hal meningkatkan kepuasan nasabah pengguna *m-banking*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X1), kemudahan (X2), dan kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.
- b. Variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.
- c. Variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami saat proses pengambilan data, antara lain:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran dan pemahaman tiap responden.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu perlu mencari variabel lain yang mampu berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.3 Saran

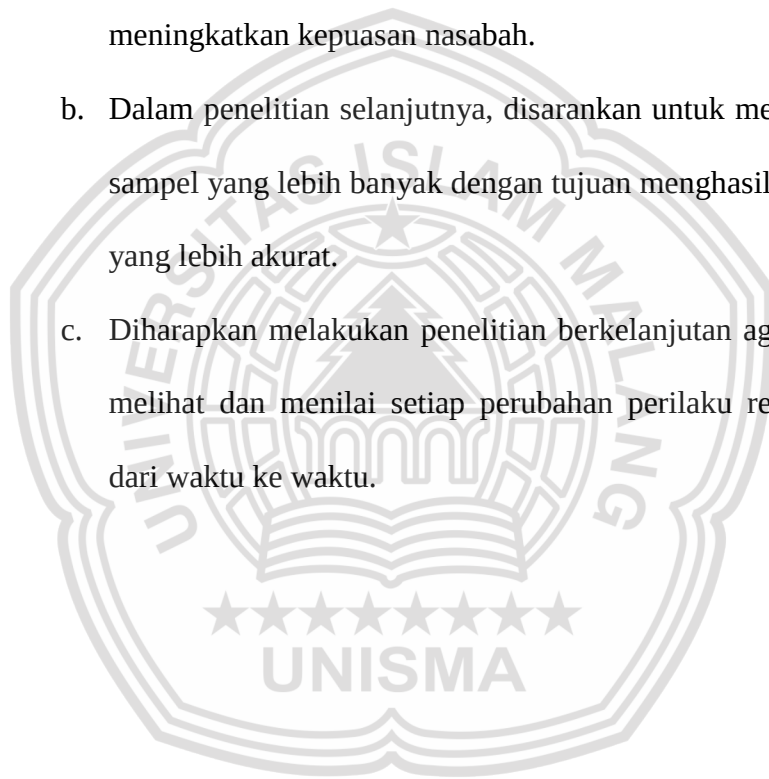
Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak bersangkutan sebagai berikut:

1) Bagi perbankan

- a. Dalam variabel kepercayaan yang tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka diharapkan Bank BRI dapat melakukan berbagai langkah mendalam, seperti konsisten dalam menyediakan layanan yang andal dan mempertahankan kemudahan akses, serta transparansi kebijakan, biaya, dan proses perbankan kepada nasabah. Dengan tujuan dapat membangun kepercayaan nasabah dan memperkuat kepuasan nasabah pengguna *m-banking* Bank BRI di Kota Malang.
- b. Peneliti berharap kemudahan akses pada penggunaan *m-banking* Bank BRI dapat dipertahankan serta ditingkatkan untuk membantu meningkatkan kepuasan nasabah dan membangun hubungan yang lebih erat dengan nasabah.
- c. Mengenai kualitas layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan nasabah pada pengguna *m-banking* dapat dilakukan dengan meningkatkan ketanggapan, keandalan, jaminan dan kualitas, serta empati kepada nasabah.

2) Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan menambah variabel lain, seperti variabel keamanan dalam penelitian selanjutnya karena dapat memberikan berbagai manfaat penting, terutama dalam konteks kepuasan nasabah, serta dapat mengidentifikasi lebih jelas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
- b. Dalam penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak dengan tujuan menghasilkan data yang lebih akurat.
- c. Diharapkan melakukan penelitian berkelanjutan agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen Kinerja*, 24-29.
- Cahyani, P. D. (2016). TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS LAYANAN PERBANKAN SYARIAH DI YOGYAKARTA. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 151-162.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JNE CABANG BANDUNG [THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT JNE BRANCH IN BANDUNG]. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 265-289.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN RAJA OCI MANADO. *Jurnal EMBA*, 891-900.
- Wardhana, A. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING (M-BANKING) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI INDONESIA [EFFECT OF MOBILE BANKING (M-BANKING) SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN INDONESIA]. *DeReMa Jurnal Manajemen*.
- Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, PERSEPSI RISIKO, SERTA KESADARAN NASABAH TERHADAP ADOPTSI E-BANKING DI BANK BRI SURABAYA. *Journal of Business & Banking*, 113-128.
- Alawiyah, D., & Ariyanty, M. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN BRI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO). *e-Proceeding of Management*, 2549-2556.
- Ali, S. I. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan terhadap Niat Pembelian Ulang dengan Sikap sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Traveloka di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-13.
- 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). *Journal of Islamic Economics*, 70-89.

- Amri, K. (2017). Analisis Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Pendapatan : Data Panel 8 Provinsi di Sumatera. *Jurnal EMT KITA*, 1-11.
- Ayuningtyas, K. A., & Siregar, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 63-76.
- Delvi, O., & Musfiroh, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Weleri. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 60-70.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 27-37.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 110-117.
- Febriyani, D. A. (2018). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA MAHASISWA UST YOGYAKARTA PENGGUNA ZALORA. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 10-19.
- Haryanti, K., & Hadi, S. (2004). Hubungan Persepsi Mutu Pelayanan dan Nilai Konsumen dengan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Psikodimensia, Kajian Ilmu Psikologi*, 46-56.
- Kamarudin, J., Nursiah, & Novianti, M. (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11-18.
- Kasengkang, D. I., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN BRI MOBILE (BRIMO) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI UNIT TUMPAAN. *Jurnal EMBA*, 1075-1084.
- Khumaini, S., Fahrudin, & Samsuri. (2022). Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 143-153.
- laili, L. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEHANDALAN, DAN JAMINAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA (studi pada Kp JNE Mojoagung). *Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara*.

- Lasyakka, B. (2015). Faktor - Faktor Kualitas E service Yang Berpengaruh Terhadap Perceived Value Pada Website Ecommerce Lazada.co.id (Studi Pada Warga Lingkungan Rw. 3 Kelurahan Dinoyo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Lumempow, N. R., Mandey, S., & Rotinsulu, J. J. (2015). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK MANDIRI Tbk CABANG BAHU MALL MANADO. *Jurnal EMBA*, 1275-1286.
- Mandiri, A. C., Efriyanto, & Metekohy, E. Y. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BRI MOBILE (BRIMO). *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 1423-1430.
- NURHANDAYANI, P. (2022). PENGARUH PEOPLE, PROCESS DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi kasus PT Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Koja 2). *Doctoral dissertation, STIE Indonesia Jakarta*.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. G. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 927-953.
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 367-373.
- Puspitasari, S., & Widayanto. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN GO-RIDE (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS DIPONEGORO). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 158-176.
- Rahmah, R. A. (2020). PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA WAROENG STEAK AND SHAKE MEDAN. *Jurnal AT-TAWASSUTH*, 246-267.
- Safitri, T. A. (2023). PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE BANKING DI BANK BRI SYARIAH. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 112-122.
- Shomad, A. C. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1-20.
- Simanullang, F., Siagian, E. M., & Manurung, H. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN BRI MOBILE TERHADAP

KEPUASAN NASABAH PADA. PT. BANK RAKYAT INDONESIA, Tbk
UNIT LINTONGNIHUTA. *JURNAL ILMIAH SOCIO SECRETUM*, 221-
232.

- Stefani, F. (2009). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada pelanggan Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta). *Doctoral dissertation, UAJY*.
- Sudaryana, Y. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) KOTA TANGERANG. *Journal of Management Review*, 447-455.
- Suyudi, M., Tandirerung, Y. T., & Lestari, H. (2023). DIMENSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, KEMUDAHAN MOBILE BANKING ATAS KEPUASAN NASABAH BRI CABANG SAMARINDA. *Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Samarinda*, 57-68.
- Ula, A. A., Hidayati, N., & Novianto, A. S. (2023). Peran Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Kantor Kas Universitas Islam Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen*, 1300-1307.
- Zega, D. A. (2021). Hubungan Antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Minat Pengguna E-Banking PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. di Kota Medan. *Doctoral dissertation, Universitas HKBP Nommensen*.

