



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 3581-3600

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kemudahan Akses Dan Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRI Di Ponorogo

Ike Setyani^{1✉}, Umi Farida², Titi Rapini³

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: setike16@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening dalam penggunaan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah pengguna aplikasi mobile banking BRI. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses dan manfaat aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah berperan sebagai variabel intervening yang signifikan dalam memediasi hubungan antara kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemudahan akses dan manfaat aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, BRI disarankan untuk terus mengoptimalkan fitur dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di Ponorogo.

Kata Kunci : *Kemudahan Akses, Manfaat Aplikasi, Loyalitas, Kepuasan Nasabah.*

Abstract

This study aims to analyze the influence of ease of access and application benefits on customer loyalty through satisfaction as an intervening variable in the use of BRI mobile banking applications in Ponorogo. The research method used is quantitative, with data collection techniques through questionnaires distributed to users of the BRI mobile banking application. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) to examine the relationships between variables. The results indicate that ease of access and application benefits have a significant impact on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction serves as a significant intervening variable mediating the relationship between ease of access and application benefits on customer loyalty. These findings suggest that improving the ease of access and benefits of mobile banking applications can enhance customer satisfaction, which in turn increases customer loyalty. Therefore, BRI is advised to continue optimizing the features and ease of use of the mobile banking application to maintain and enhance customer loyalty in Ponorogo.

Keywords: *Ease of Access, Application Benefits, Loyalty, Customer Satisfaction.*

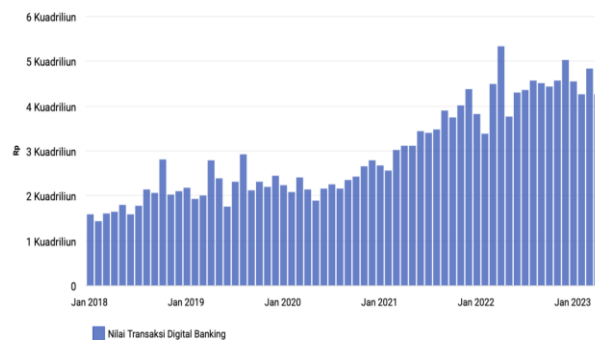
PENDAHULUAN

Perkembangan industri kearah digitalisasi menyebabkan berbagai aktivitas mulai berubah menyesuaikan dengan zaman. Digitalisasi adalah proses mengubah bentuk tercetak menjadi bentuk elektronik dengan memindai untuk pembuatan lembar elektronik yang tepat untuk mengambil, menyimpan dan kecepatan komputer. Digitalisasi merupakan tahapan pengubahan data menjadi model digital untuk dikembangkan atau diolah oleh komputer (Yulianti, 2021). Inovasi teknologi yang membuat hidup lebih mudah juga telah memasuki industri keuangan. Salah satunya adalah bagian yang ditujukan pada transformasi era industri 4.0 yang berlangsung di sektor perbankan. Transformasi digital dibidang perbankan tidak hanya sebatas penyediaan pelayanan secara virtual dan mobile banking. Industri perbankan dan keuangan telah melakukan pembaharuan dengan menggunakan teknologi digital untuk mengkomunikasikan layanan kepada pelanggan. Teknologi perbankan banyak mengembangkan fitur-fitur perbankan digital mereka (Mutiasari, 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi memang telah mengubah perilaku dan pola transaksi nasabah menjadi serba digital. Geliat transformasi digital salah satunya dipicu oleh pandemi Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) yang melanda Tanah Air pada awal 2020 lalu. Ketika pembatasan sosial berskala besar dilakukan, seluruh kegiatan perbankan nasabah dipaksa beralih ke digital channel atau kanal digital. Kebiasaan ini pun terus berlanjut, bahkan makin menguat. Alhasil, nasabah makin jarang datang langsung ke

kantor cabang perbankan. Tahun lalu, sejumlah bank memutuskan untuk menutup kantor cabangnya. Hal ini mengakibatkan penyusutan jumlah kantor cabang bank. Merujuk pada data Statistik Perbankan Indonesia (SPI) yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah kantor cabang bank umum pada Agustus 2022 tercatat 25.842 kantor cabang. Jumlah tersebut turun 12,94% secara tahunan (year on year/yoy) atau 3.841 unit jika dibandingkan dengan Agustus 2021 yang sebanyak 29.683 kantor cabang.

Merosotnya jumlah kantor cabang berbanding terbalik dengan transaksi melalui kanal digital yang justru memelasat. Bank Indonesia (BI) mencatat, per Oktober 2022 nilai transaksi digital banking naik 38,38% yoy menjadi Rp5.184,1 triliun. Sementara itu, nilai transaksi uang elektronik pada periode yang sama tumbuh 20,19% (yoy) menjadi Rp35,1 triliun. Akselerasi digital perbankan di Indonesia juga ditandai dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital melalui Quick Response Code Indonesian Standard alias QRIS.



Gambar 1. Pertumbuhan Transaksi digital Banking di Indonesia

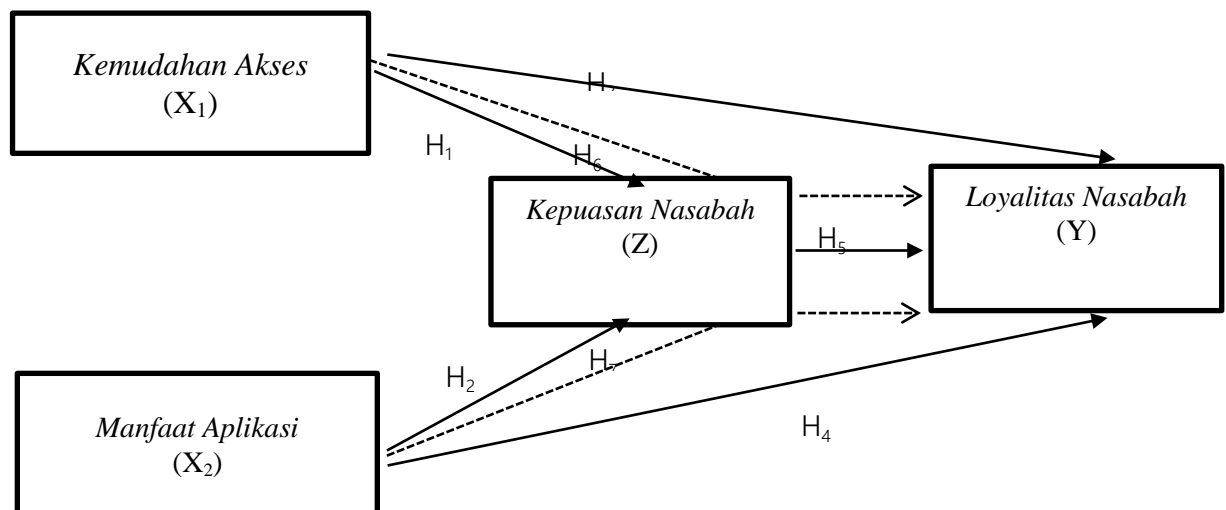
Sumber : Databoks 2023

Berdasarkan Data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi digital banking dalam negeri mencapai Rp 4.264,8 triliun atau hampir Rp 4, 3 kuadriliun. Nilai tersebut mencakup berbagai transaksi digital banking atau perbankan digital sesuai klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yakni internet banking, SMS/mobile banking dan phone banking. Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa keuangan Nomor 12/POJK.03/2018, layanan perbankan digital adalah layanan perbankan melalui media elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah. Data 5 tahun kebelakang menyatakan bahwa pada April 2023 nilai transaksi perbankan secara digital secara nasional sudah tumbuh 158% dibanding April 2018. Hal tersebut menunjukkan, meski dering terjadi fluktuasi secara bulanan dalam jangka panjang tren penggunaan layanan digital banking atau mobile banking di Indonesia cenderung menguat seperti yang terlihat pada grafik tersebut.

Upaya meningkatkan tingkat kepuasan dari seorang nasabah dapat dimulai dari perusahaan perbankan itu sendiri yang harus memperhatikan sistem yang mereka sediakan seperti, kemudahan akses dan manfaat dari sistem tersebut apakah sesuai dengan harapan nasabah atau tidak. Semakin mudah suatu sistem digunakan dan dapat memberikan kemanfaatan bagi penggunaannya maka, akan meningkat rasa puas yang dirasakan oleh nasabah tersebut yang kemudian secara tidak langsung akan berdampak terhadap kelayaitasan nasabah terhadap perusahaan.

Objek dari penelitian yang dilakukan ini adalah nasabah Bank BRI di kabupaten Ponorogo yang menggunakan mobile banking BRI. Alasan pemilihan objek tersebut berdasarkan oleh penemuan masalah terkait ketidakpuasan konsumen dalam penggunaan mobile banking yang disediakan oleh Bank BRI. Ketidakpuasan tersebut meliputi keluhan nasabah terkait aplikasi mobile banking BRI yang sering terjadi trouble jaringan hingga dapat mengganggu aktivitas transaksi nasabah. Ketidakpuasan tersebut diduga berkaitan dengan kemudahan akses serta manfaat aplikasi yang disediakan oleh perbankan. Masalah tersebut seperti yang tercantum pada penelitian yang dilakukan oleh Nurahma Putri (2021) yang menyebutkan bahwa permasalahan tersebut sering dikeluhkan oleh nasabah. Studi ini berkontribusi untuk mengetahui kepuasan nasabah dalam penggunaan mobile banking di Ponorogo.

Berikut adalah Kerangka berpikir penelitian ini



- H1: Kemudahan Akses berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
- H2: Manfaat Aplikasi berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah
- H3: Kemudahan Akses berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah
- H4: Manfaat Aplikasi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah
- H5: Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah
- H6: kemudahan akses terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah

H7: Manfaat Aplikasi terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening dalam penggunaan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo. Populasi penelitian adalah nasabah BRI di Ponorogo yang aktif menggunakan aplikasi mobile banking, dengan sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Penentuan jumlah sampel menurut Hair et al (2014) yang representative adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Pada penelitian ini melibatkan 15 indikator yang dikali 5 menjadi 75 responden yang merupakan nasabah yang menggunakan aplikasi Mobile Banking BRI di Kabupaten Ponorogo.

Variabel dan Definisi Operasional dan Skor hasil jawab responden

Tabel 2. Variabel dan Definisi Operasional dan Skor hasil jawab responden

Varibael	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan	Skor
Kemudahan Akses (X1)	mudah untuk melaksanakan rencana atau sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha (Davis, dkk dalam Widianingrum, 2021)	Mudah dipelajari	Saya merasa mudah mempelajari cara menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo	4,32
		Fleksibel	Aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo memberikan fleksibilitas yang memudahkan saya dalam bertransaksi.	4,38
		Dapat Mengontrol	Saya merasa memiliki kendali atau kontrol penuh terhadap	4,17

			pekerjaan saya ketika menggunakan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo	
			Penggunaan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo terasa mudah bagi saya	4,14
		Mudah digunakan	Aplikasi mobile banking BRI sangat mudah digunakan, baik oleh orang awam maupun mereka yang tidak terbiasa dengan teknologi.	3,98
Manfaat Aplikasi (X2)	Manfaat aplikasi ialah ketika seseorang menggunakan sebuah aplikasi atau teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka (Karina Widianingrum, 2021)	Make job easter	Aplikasi mobile banking BRI ini membuat pekerjaan kami menjadi lebih mudah dan efisien	4,38
		Usefulness	Aplikasi mobile banking BRI ini sangat bermanfaat bagi konsumen BRI di Ponorogo.	4,20
		Enhance effectiveness	Aplikasi mobile banking BRI ini meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas	4,24

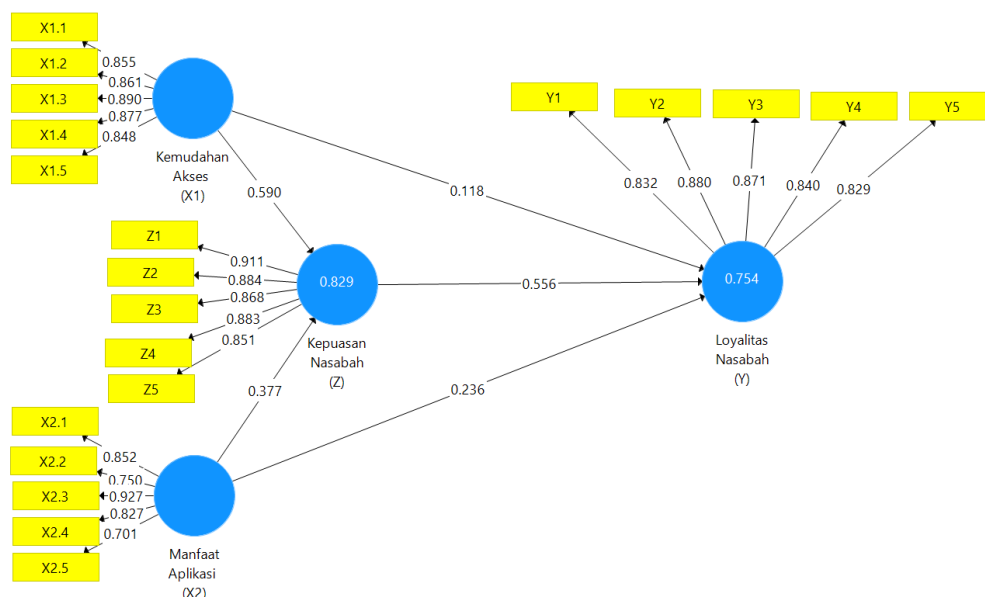
			Aplikasi mobile banking BRI ini meningkatkan kinerja pekerjaan secara keseluruhan	4,17
		Improves job performance	Dengan menggunakan aplikasi ini, saya merasa kinerja saya dalam mengelola keuangan semakin baik.	4,08
Kepuasan Nasabah (Z)	Kepuasan ialah perasaan bahwa seseorang menyukai atau tidak menyukai suatu produk setelah membandingkan kinerja produk dengan yang mereka harapkan (Masili, Lumanauw, & Tielung, 2022)	Kualitas layanan	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo	4,21
		Ketersediaan produk	Fitur yang ditawarkan oleh aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo sesuai dengan kebutuhan saya	4,20
		Kecepatan layanan	Saya merasa puas dengan kecepatan proses transaksi di aplikasi mobile banking BRI Ponorogo	4,28
		Keramahan	Saya	4,17

			mendapatkan pelayanan yang ramah dari customer service BRI di Ponorogo Ketika menanyakan terkait dengan aplikasi mobile banking.	
		Keamanan	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi di aplikasi mobile banking BRI Ponorogo.	4,17
Loyalitas Nasabah (Y)	Mendefinisikan bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berkopetensi menyebabkan nasabah beralih (Kotler dan	Repeat Purchase	Aplikasi mobile banking BRI ini membuat pekerjaan kami menjadi lebih mudah dan efisien	4,26
			Aplikasi mobile banking BRI ini sangat bermanfaat bagi konsumen BRI di Ponorogo.	4,17
		Retention	Aplikasi mobile banking BRI ini meningkatkan efektivitas pelaksanaan tugas	4,18
			Aplikasi mobile banking BRI ini meningkatkan	4,08

	Keller, 2016)		kinerja pekerjaan secara keseluruhan	
		Referrals	Dengan menggunakan aplikasi ini, saya merasa kinerja saya dalam mengelola keuangan semakin baik.	4,12

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model



Convergen validity

Tabel 3. Nilai Outer loading

Variabel	indikator	Outer Loading	C	keterangan
Kemudahan Akses (X1)	X1.1	0.855	0	Valid
	X1.2	0.861	.7	Valid
	X1.3	0.890	0	Valid
	X1.4	0.877	.7	Valid

	X1.5	0.848	.7	0	Valid
			.7	0	
			.7	0	
			.7	0	
Manfaat Aplikasi (X2)	X2.1	0.852	.7	0	Valid
	X2.2	0.750	.7	0	Valid
	X2.3	0.927	.7	0	Valid
	X3.4	0.827	.7	0	Valid
	X3.5	0.701	.7	0	Valid
			.7	0	
			.7	0	
			.7	0	
Kepuasan Nasabah (Z)	Z1	0.913	.7	0	Valid
	Z2	0.887	.7	0	Valid
	Z3	0.870	.7	0	Valid
	Z4	0.881	.7	0	Valid
	Z5	0.846	.7	0	Valid
			.7	0	
			.7	0	
			.7	0	
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1.1	0.834	.7	0	Valid
	Y1.2	.0881	.7	0	Valid
	Y1.3	0.872	.7	0	Valid
	Y1.4	0.837	.7	0	Valid
	Y1.5	0.828	.7	0	Valid
			.7	0	
			.7	0	
			.7	0	

			.7	
--	--	--	----	--

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan data yang telah dipresentasikan dalam tabel, Dapat disarikan bahwa setiap indikator dalam variabel penelitian menunjukkan outer loading yang secara signifikan melebihi nilai ambang batas 0,7. Namun, perlu dicatat bahwa menurut (Chin, 2017), skala pengukuran dengan outer loading sekitar Rentang 0,5 hingga 0,6 telah diakui sebagai kriteria yang memadai untuk mencapai tingkat konvergensi yang diperlukan. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa seluruh variabel indikator tidak menunjukkan nilai outer loading yang kurang Dengan nilai sebesar 0,5, maka dapat disarankan Semua parameter ini memenuhi standar validitas dan dapat dianggap sesuai untuk digunakan dalam proses analisis lebih lanjut dalam konteks penelitian ini.

Discriminant Validity

Tabel 4. 11 Nilai Average Variance Extracted

Variabel	AVE (Average Variance Extracted)	Nilai ambang batas	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	0.750	0,5	Valid
Manfaat Aplikasi (X2)	0.774	0,5	Valid
Kepuasan Nasabah (Z)	0.772	0,5	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	0.665	0,5	Valid

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan data yang telah terdokumentasi dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang telah diinvestigasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai Average Variance Extracted (AVE) yang melebihi nilai ambang batas 0,5. Penilaian AVE untuk setiap variabel dalam studi ini dapat ditemukan sebagaimana dicatat di bawah ini kemudahan akses (X1) 0.750, manfaat aplikasi (X2) 0.774, kepuasan nasabah (Z) 0.772, loyalitas nasabah (Y) 0.665. Temuan ini mengindikasikan Setiap variabel Penelitian ini memenuhi syarat validitas diskriminan yang esensial untuk mengizinkan lanjutan analisis yang lebih mendalam.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. 12 Composite Reliability

Variabel	Composite Realibility	Nilai	Keterengan

Kemudahan Akses (X1)	0.938	0.7	Memadai
Manfaat Aplikasi (X2)	0.945	0.7	Memadai
Kepuasan Nasabah (Z)	0.929	0.7	Memadai
Loyalitas Nasabah (Y)	0.908	0.7	Memadai

Sumber: Data Analisis Primer, 2023

Untuk menganggap konstruk tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, nilai Cronbach's Alpha harus melebihi 0.60. Berdasarkan hasil penelitian kami, kami mencapai nilai Cronbach's Alpha sebagai berikut:

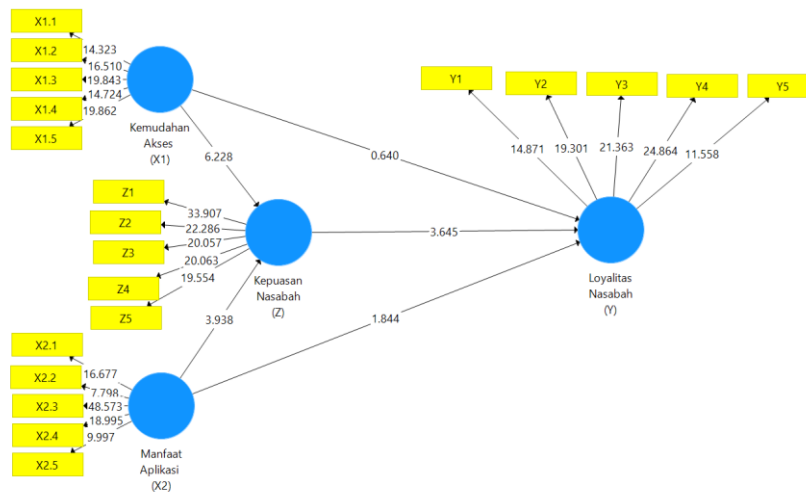
Tabel 4. 13 Cronbach Alpha

Variabel	Nilai	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	0.60	0.917	Reliabel
Manfaat Aplikasi (X2)	0.60	0.927	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Z)	0.60	0.904	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0.60	0.871	Reliabel

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel yang disajikan, Dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang terdapat dalam penelitian ini memegang nilai yang signifikan yang tidak dapat ditemukan perbedaan signifikan. Cronbach alpha yang melebihi ambang batas 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa reliabilitas konstruk-konstruk tersebut telah terpenuhi dengan baik/ reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Analisis Inner Model



Uji Hipotesis

Pengujian Pengaruh Langsung (Direct Effects)

Pengujian hipotesis dapat dilakukan melalui analisis tabel koefisien jalur menggunakan metode analisis bootstrapping. Dengan mempertimbangkan nilai t-statistik yang dihasilkan, maka dapat mengidentifikasi besaran pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t-statistik melebihi batas ambang 1.665, maka pengaruhnya dianggap signifikan, sedangkan jika tidak, maka pengaruhnya dianggap tidak signifikan. Selain itu, jika nilai P-value pada setiap variabel lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak. Arah pengaruh positif maupun negatif dapat diamati melalui nilai Sampel Asli (Original 64 Sample). Hasil pengujian direct effect pada penelitian ini dapat diamati pada tabel di bawah.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Pengaruh Langsung (Path Coefficient)

Path Coefficient	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	Values	T tabel	keterangan
Kemudahan Akses - Kepuasan Nasabah	0.590	0.592	0.095	6.228	0.000	1.665	Positif Signifikan
Kemudahan Akses - Loyalitas Nasabah	0.446	0.424	0.129	3.468	0.001	1.665	Positif Signifikan
Manfaat	0.377	0.378	0.096	3.938	0.000	1.665	Positif

Aplikasi- Kepuasan Nasabah							Signifikan
Manfaat Aplikasi - Loyalitas Nasabah	0.446	0.474	0.122	3.669	0.000	1.665	Positif Signifikan
Kepuasan Nasabah - Loyalitas Nasabah	0.556	0.563	0.153	3.645	0.000	1.665	Positif Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hipotesis pertama diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara Kemudahan Akses dan Kepuasan Nasabah. Nilai t-statistik yang mencapai 6.228 dengan efek size sebesar 0.590, dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.000, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari Dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis pertama dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Kemudahan Akses dan Kepuasan Nasabah.

Hipotesis kedua diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara Kemudahan Akses dan Loyalitas Nasabah. Nilai t-statistik yang mencapai 3.468 dengan efek size sebesar 0.446, dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.001, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari Dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Kemudahan Akses dan Loyalitas Nasabah.

Hipotesis ketiga diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara Manfaat Aplikasi dan Kepuasan Nasabah. Nilai t-statistik yang mencapai 3.938 dengan efek size sebesar 0.377 dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.000, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665

ketika p kurang dari Dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis ketiga dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Manfaat Aplikasi dan Kepuasan Nasabah.

Hipotesis keempat diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara Manfaat Aplikasi dan Loyalitas Nasabah Nilai t -statistik yang mencapai 3.669 dengan efek size sebesar 0.446, dan p -value yang sangat rendah, yakni 0.001, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t -statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari Dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis keempat dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Manfaat Aplikasi dan Loyalitas Nasabah.

Hipotesis kelima diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Nilai t -statistik yang mencapai 3.645 dengan efek size sebesar 0.556, dan p -value yang sangat rendah, yakni 0.001, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t -statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis kelima dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effects)

Pengujian pengaruh tidak langsung ditunjukkan oleh tabel specific indirect effects yang didapatkan dengan menggunakan teknik analisis bootstrapping. Tabel specific indirect effects mengungkapkan hubungan antara variabel mediator dengan variabel dependen melalui variabel independent secara tidak langsung. Hasil penilaian dari tabel specific indirect effect menunjukkan bahwa suatu hubungan antara variabel memiliki tingkat signifikansi yang dapat dinyatakan sebagai pengaruh yang signifikan apabila nilai P value yang terkait dengan hubungan tersebut lebih kecil dari 0,005. Berikut adalah hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini.

Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Tidak Langsung (Indirects effect)

Indirects Effect	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	Values	T table	Ket
Kemudahan Akses - Kepuasan Nasabah - Loyalitas Nasabah	0.328	0.336	0.116	2.822	0.006	1.665	Positif Signifikan
Manfaat Aplikasi - Loyalitas Nasabah - Loyalitas Nasabah	0.210	0.210	0.070	2.979	0.004	1.665	Positif Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hipotesis keenam diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara kemudahan akses dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Nilai t-statistik yang mencapai 2.822 dengan efek size sebesar 0.328 dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.001, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis keenam dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kemudahan akses dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis ketujuh diuji untuk mengidentifikasi apakah Analisis tabel mengindikasikan adanya korelasi positif yang berarti dan signifikan antara manfaat aplikasi dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Nilai t-statistik yang mencapai 2.979 dengan efek size sebesar 0.210 dan p-value yang sangat rendah, yakni 0.001, memberikan bukti kuat untuk mendukung hipotesis pertama. Dengan membandingkan nilai t-statistik yang melebihi ambang batas kritis 1.665 ketika p kurang dari dalam konteks penelitian ini, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, kita dapat menyimpulkan secara ilmiah bahwa hipotesis ketujuh dapat diterima. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan manfaat aplikasi dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening dalam penggunaan aplikasi mobile banking BRI di Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses dan manfaat aplikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya, kepuasan nasabah berperan sebagai variabel intervening yang signifikan dalam memediasi hubungan antara kemudahan akses dan manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah.

Dari hasil analisis data, ditemukan bahwa peningkatan kemudahan akses dan manfaat aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan kata lain, ketika nasabah merasa bahwa aplikasi mobile banking BRI mudah diakses dan memberikan manfaat yang signifikan, mereka cenderung lebih puas dan loyal terhadap layanan tersebut.

Untuk itu, BRI disarankan untuk terus mengoptimalkan fitur dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di Ponorogo. Upaya ini dapat dilakukan dengan memperhatikan sistem yang disediakan, memastikan kemudahan akses, dan memberikan manfaat yang sesuai dengan harapan nasabah, sehingga kepuasan dan loyalitas nasabah dapat terus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, n. R., & saryadi, s. (2018). Pengaruh kemudahan akses dan diskon terhadap keputusan pembelian pada situs online tiket. Com. Jurnal ilmu administrasi bisnis, 7(3), 404-414.
- Amanullah, b., & sutopo, s. (2014). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap positif penggunaan layanan mobile banking (survey pada nasabah bank bca semarang) (doctoral dissertation, fakultas ekonomika dan bisnis).
- Asqia, m., adityawijaya, h., zulkarnain, y., fadlila, a., & imaduddin, z. (2022). Pengembangan sistem pengajuan surat berbasis gsuite untuk meningkatkan kemudahan akses layanan administrasi akademik untuk mahasiswa. Teknika, 11(3), 197-207.
- Atmaja, j. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank bjb. Jurnal ecodemica, 2(1), 49-63.
- Delima, m., & paramita, m. (2019). Analisis kemudahan akses terhadap kepercayaan masyarakat pada bank syariah (studi bank bri syariah kcp palabuhanratu). Nisbah: jurnal perbankan syariah, 5(1), 75-82.
- Ernawati, n., & noersanti, l. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan

- dan kepercayaan terhadap minat penggunaan pada aplikasi ovo. *Jurnal manajemen stei*, 3(02), 27-37.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44-55.
- Fauzi, m. R., & mandala, k. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (doctoral dissertation, udayana university).
- Febrianta, a., & indrawati, i. (2016). Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah bank bca di kota bandung. *Eproceedings of management*, 3(3).
- Herawati, n., & sulistyowati, m. (2019). Strategi meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dengan optimalisasi kualitas pelayanan, penanganan komplain dan fasilitas teknologi di bank mandiri syariah cabang solo. *Journal of management, business and education*, 6(2), 99-113.
- Hidayah, i., ariefiantoro, t., nugroho, d. W. P. S., & suryawardana, e. (2021). Analisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi kasus pada pudanis di kaliwungu). *Solusi*, 19(1).
- Keke, y. (2015). Komunikasi pemasaran terpadu terhadap brand awareness. *Jurnal manajemen bisnis transportasi dan logistik*, 2(1), 172-186.
- Khasanah, h., setyawan, h. B., yulianto, r., & widianingrum, d. C. (2021). Subclinical mastitis: prevalence and risk factors in dairy cows in east java, indonesia. *Veterinary world*, 14(8), 2102.
- Komalasari, r. (2020). Manfaat aplikasi teknologi iot di masa pandemi covid-19: studi eksploratif. *Tematik*, 7(2), 196-210.
- Kotler, p., keller, k. L., ang, s. H., tan, c. T., & leong, s. M. (2018). *Marketing management: an asian perspective*. London: pearson.
- Kurniawan, h., satria, a., & suprayitno, g. (2016). Perancangan strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah pembiayaan umrah. *Jurnal aplikasi bisnis dan manajemen (jabm)*, 2(1), 32-32.
- Laely, n. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. Telkomsel di kota kediri. *Jmm17: jurnal ilmu ekonomi dan manajemen*, 3(02).
- Marsal, a., & hidayati, f. (2017). Pengaruh smartphone terhadap pola interaksi sosial pada anak balita di lingkungan keluarga pegawai uin sultan syarif kasim riau. *Jurnal ilmiah rekayasa dan manajemen sistem informasi*, 3(1), 78-84.

- Mutiasari, a. I. (2020). Perkembangan industri perbankan di era digital. *Jurnal ekonomi bisnis dan kewirausahaan*, 9(2), 32-41.
- Nurkhaqu, f. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi livin'by mandiri di kota semarang (doctoral dissertation, stie bank bpd jateng).
- Prajalani, y. N. H. (2017). Aksesibilitas bagi anak berkebutuhan khusus di slb negeri sukoharjo. *Indonesian journal of disability studies*, 4(2), 87-95.
- Prasetia, i. A., & suwitho, s. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang pada aplikasi shopee. *Jurnal ilmu dan riset manajemen (jirm)*, 11(9).
- Prihanto, h., & yuniati, r. (2021). Analisa terhadap faktor yang mempengaruhi efektivitas penerapan mobile banking. *Jurnal akuntansi, keuangan, pajak dan informasi (jakpi)*, 1(1), 98-112.
- Rizal, a., fanani, d., & pangestuti, e. (2016). Pengaruh brand image dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen (survei pada mahasiswa pengguna sepatu merek nike di fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya). Brawijaya university.
- Sari, m., sitepu, m. S., azizah, a., ratman, r., & putri, n. R. (2022). The effect of offline assisted learning serli practicum module on solar system materials on student learning motivation. *Nazhruna: jurnal pendidikan islam*, 5(2), 806-815.
- Shafira, a. S., sunindyo, a., & kusuma, s. Y. (2023). Pengaruh kemudahan, keamanan, manfaat, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan brimo di kota semarang. *Jurnal ilmiah research and development student*, 1(2), 62-74.
- Siahaan, s. D. N., & agustini, f. (2021). Analisis kepuasan pelanggan dengan metode customer satisfaction index (csi)(studi kasus pada bni unimed). *Journal of business and economics research (jbe)*, 2(1), 13-19.
- Tirtayasa, s., lubis, a. P., & khair, h. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal inspirasi bisnis dan manajemen*, 5(1), 67-86.
- Tjiptono, f. (2015). Kewirausahaan, kinerja keuangan, dan kelanggengan bisnis. *Jurnal manajemen indonesia*, 15(1), 17-26.
- Trisnawati, o. M., & fahmi, s. (2017). Pengaruh kualitas layanan elektronik (e-servqual) terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking (studi pada pengguna mobile banking bank sinarmas cabang malang). *Jurnal manajemen dan bisnis indonesia*, 4(2), 174-184.
- Ulurrosyad, m. F., & jayanto, p. Y. (2020). Faktor-faktor dalam menggunakan e-money

(gopay) pada masyarakat muslim di kota semarang. *Moneter-jurnal akuntansi dan keuangan*, 7(1), 105-112.

Utama, a. P., & murti, t. R. (2021). Kepuasan nasabah sebagai mediator pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. *Ikraith-ekonomika*, 4(2), 79-86.

Widjanarko, w., hadita, h., saputra, f., & cahyanto, y. D. (2023). Determinasi kemudahan akses informasi bagi keputusan investasi gen z. *Digital bisnis: jurnal publikasi ilmu manajemen dan e-commerce*, 2(4), 248-264.

Wulandari, n. P., & moeliono, n. N. K. (2017). Analisis faktor-faktor penggunaan layanan mobile banking di bandung. *Bisnis dan iptek*, 10(2), 139-149.

Yulianti, d. T., damayanti, d., & prastowo, a. T. (2021). Pengembangan digitalisasi perawatan kesehatan pada klinik pratama sumber mitra bandar lampung. *Jurnal teknologi dan sistem informasi*, 2(2), 32-39.