

ANALISIS LOYALITAS NASABAH PENGGUNA BRIMO (STUDI KASUS NASABAH BRI DI SEMARANG TIMUR)

Sri Dewi Astuti^{1*}, Efriyani Sumastuti², Ratih Hesty Utami Puspitasari³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas PGRI Semarang, Jawa Tengah
Email : ¹ dewiastuti0906@mail.com, ² efriyanisumastuti@upgris.ac.id, ³ ratihhesty@upgris.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Submitted :
09/07/2023

Review :
30/10/2023

Revised :
17/12/2023

Accepted :
21/12/2023

Publish :
25/12/2023

ABSTRAK

Pada studi ini berangkat dari temuan yang menunjukkan bahwa perkembangan loyalitas nasabah pengguna Brimo dilihat dari jumlah pengguna Brimo di setiap tahunnya. Pada tahun 2019 pengguna brimo mencapai 17% lalu pada tahun 2020 mengalami kenaikan jumlah nasabah pengguna BRImo sehingga mencapai 20,5% namun pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga 17%, sehingga peneliti bersedia untuk meneliti apa yang menjadi faktor turunnya nasabah pengguna BRImo. Namun pada tahun 2022 dan 2023 mengalami kenaikan atau kestabilan nasabah pengguna BRImo hingga 19,8%. Adapun faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kemudahan penggunaan, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan. Berangkat dari permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan analisis penelitian kuantitatif, Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik Non-Probability Sampling. Melalui uji Intrumen, analisis deskripsi, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R²) uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1.228 < 1.660), nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (5.676 > 1.660), kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (0.518 < 1,660), keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (-0,653 < 1,660), kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2.162 > 1,660) dan kemudahan penggunaan, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan, kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05).

Kata Kunci : kemudahan penggunaan, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan kepercayaan, loyalitas nasabah

ABSTRACT

This study departs from the findings which show that the development of customer loyalty of Brimo users can be seen from the number of Brimo users each year. In 2019, BRImo users reached 17%, then in 2020 the number of customers using BRImo increased to 20.5%, but in 2021 it decreased to 17%, so researchers are willing to examine what factors contributed to the decline in BRImo user customers. However, in 2022 and 2023 there will be an increase or stability of customers using BRImo up to 19.8%. The factors that influence customer loyalty are ease of use, customer value, service quality, security and trust

Departing from these problems, this study used quantitative research analysis, data collection using a questionnaire and taking a sample of 100 respondents using the Non-Probability Sampling technique. Through instrument test, description analysis, multiple linear regression analysis, analysis of the coefficient of determination (R²) classical assumption test and hypothesis test. The test results show that ease of use has no effect on customer loyalty as evidenced by the t count value is smaller than t table (1,228 < 1,660), customer value has an effect on customer loyalty as evidenced by the t count value is greater than t table (5,676 > 1,660), service quality has no effect on customer loyalty as evidenced by the t count value is smaller than t table (0.518 < 1.660), security has no effect on customer loyalty as evidenced by the t count value less than t table (-0.653 < 1.660), trust has an effect on customer loyalty as evidenced by the t-count value greater than t table (2.162 > 1.660) and ease of use, customer value, service quality, security, trust simultaneously affect customer loyalty as evidenced by a significance value of less than 0.05 (0.000 < 0.05).

Keyword : ease of use, customer value, service quality, security of trust, customer loyalty

PENDAHULUAN

Sejalan dengan pergeseran pertumbuhan industri ke arah digital, berbagai kegiatan mulai beralih mengikuti perkembangan yang ada. Inovasi teknologi yang memberikan kemudahan bagi kehidupan juga merambah ke dunia finansial. Salah satu bidang yang menuju pergeseran era industri 4.0 terjadi pada bidang perbankan. Industri perbankan merupakan salah satu industri jasa yang sedang berkembang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perkonomian yang bersifat produktif.

Tingginya pertumbuhan pengguna media sosial tersebut merupakan sebuah peluang untuk perbankan meningkatkan pelayanannya kepada nasabah untuk menciptakan suatu produk berbasis

teknologi untuk melayani nasabahnya melakukan transaksi keuangan tanpa dibatasi waktu dan tempat. Hal tersebut mendorong industri perbankan untuk mengembangkan berbagai inovasi dalam peningkatan layanan berbasis digital guna memuaskan nasabahnya. Berkembangnya persaingan antar bank dengan menggunakan aplikasi berbasis internet dalam kegiatan perbankan dengan para nasabah, sepatutnya mendorong Brimo untuk meningkatkan loyalitas pada para nasabahnya. Loyalitas pada nasabah sangat berpengaruh pada pengguna aplikasi BRImo, karena loyalitas dan kepuasan nasabah merupakan hal yang utama karena hal ini dapat memberikan manfaat yang sangat penting bagi pihak perusahaan maupun nasabahnya. Bagi perusahaan, mewujudkan kepuasan nasabah dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.



Sumber : www.topbrand-award.com
2019-2023

Gambar 1 Perkembangan nasabah Brimo

Perkembangan nasabah pengguna BRI Mo dari tahun 2019-2023. Pada tahun 2019 pengguna brimo mencapai 17% lalu pada tahun 2020 mengalami kenaikan jumlah nasabah pengguna BRI Mo sehingga mencapai 20,5% namun pada tahun 2021 mengalami penurunan hingga 17%, sehingga peneliti bersedia untuk meneliti apa yang menjadi factor turunnya nasabah pengguna BRI Mo. Namun pada tahun 2022 dan 2023 mengalami kenaikan atau kestabilan nasabah pengguna BRI Mo hingga 19,8%

KAJIAN TEORI

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Kepuasan yang terjadi selama nasabah merasa aplikasi *mobile banking* bermanfaat, dapat diwujudkan dari kemudahan mengakses dan melakukan transaksi tanpa kesulitan atau gangguan. (Nurhanifa, 2016) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat membawa manfaat bagi penggunanya. Menurut Harrison, dkk (2013), kemudahan penggunaan adalah kemampuan suatu aplikasi untuk dimanfaatkan dengan mudah dan peran

yang diinginkan atau dimaksudkan diperoleh oleh pengguna. Pelanggan membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu. Nilai pelanggan merupakan persepsi konsumen terhadap nilai atas kualitas barang/jasa yang ditawarkan perusahaan. Tingkat persepsi tentang kualitas layanan (nilai) yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Nilai pelanggan secara positif dan signifikan mempengaruhi minat pelanggan untuk mereferensikan produk perusahaan, misalnya kepada teman, atasan dan orang yang dikenal. Semakin tinggi derajat nilai pelanggan yang dihasilkan, maka semakin tinggi minat pelanggan untuk mereferensikan produk perusahaan kepada pihak-pihak lain. Semakin tinggi nilai pelanggan terhadap perusahaan maka nasabah akan semakin loyal dengan perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tambunan & Siburian, 2021) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

Nilai Pelanggan

Nilai pelanggan diperlukan untuk loyalitas nasabah dengan cara melihat pengalaman dan evaluasi penggunaan BRI Mo, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melihat data dari *Play Store* mengenai *rating* aplikasi BRI Mo, aplikasi ini telah diunduh sebanyak lebih dari 10 juta kali dengan jumlah *rating* sebanyak 805 ribu. Fungsi *rating* dalam melihat kepuasan pengguna adalah untuk melihat gambaran tingkat

kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi melalui nilai yang diberikan terhadap aplikasi tersebut.

Tabel 1. Jumlah ulasan pada playstore

Rating	Jumlah Pemberi Rating	Persentase
5	622.515	77,35%
4	55.801	6,93%
3	30.204	3,75%
2	19.965	2,48%
1	76.278	9,48%

Sumber: *Play Store*, Data Primer diolah peneliti tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari total 805 ribu *rating*, terhitung 182.248 *rating* yang memberikan *rating* di bawah 5, atau sebanyak 29,28 persen pemberi ulasan memberikan *rating* yang kurang puas akan aplikasi BRImo. Angka ini menunjukkan bahwa masih banyak pengguna BRImo yang merasa tidak puas atas aplikasi BRImo dengan ulasan susah untuk masuk aplikasi, adanya perbaikan, sulit verifikasi wajah, dan keluhan-keluhan lainnya

Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan nasabah. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, yang ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki kualitas pelayanan yang memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan memiliki perhatian yang lebih, maka

nasabah akan merasa puas dan akan tetap loyal terhadap perusahaan tersebut. Hal ini diperkuat dengan penelitian (Juniantara & Sukawati, 2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. dan penelitian (Mandiri et al., 2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keamanan

Keamanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dengan nasabah merasa aman dalam segala aspek maka terjalin kelayakan dalam menggunakan aplikasi Brimo. Namun ada beberapa kekurangan Brimo pada system keamanannya, sehingga masih menjadi permasalahan yang menjadikan nasabah akan terus menggunakan aplikasi Brimo atau tidak. Berikut ini kekurangan dari aplikasi *m-banking* :

- a. Rawan Kebobolan Ini menjadi perhatian banyak pihak jika dana nasabah sering dibobol oleh orang yang tidak dikenal. Dana yang hilang sering kali tidak dapat dikembalikan dan nasabah menderita kerugian. Pihak bank sering beranggapan bahwa nasabah lalai dan tidak menyimpah PIN akses untuk ke mobile banking-nya dengan baik.
- b. Kurang Privasi Karyawan bank bisa mengetahui terkait data nasabah dan dana yang tersimpan karena banyak dari mereka mempunyai akses tersebut dan digunakan sebagai tindak kejahatan pencurian uang tanpa diketahui oleh nasabah.
- c. Target dari *Cybercrime* Layanan mobile banking jadi salah satu target

kejahatan cyber yang sulit untuk dibuktikan. Kejahatan *cyber* ini banyak mengambil akses berbagai data pribadi nasabah.

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi salah satu faktor terbentuknya loyalitas nasabah (Ulfah et al., 2020) mendefinisikan kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang di percayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan (*trust*) adalah pondasi dari bisnis. Membangun kepercayaan dalam hubungan jangka panjang dengan nasabah adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan loyalitas nasabah. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus di bangun mulai dari awal dan dapat di buktikan, bank harus memberikan kepercayaan kepada nasabah agar nasabah merasa percaya dalam menggunakan Brimo.

Menurut (Septiawati, 2016) kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat oleh pelanggan tentang objek, atribut dan manfaatnya. Kepercayaan sangat penting bagi pihak bank yang menyediakan aplikasi M-banking Brimo, dimana nasabah akan merasa percaya dan aman ketika menggunakan Brimo, karena kepercayaan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dengan adanya loyalitas nasabah yang ada menjadikan aplikasi Brimo semakin banyak

digunakan oleh nasabah karena kepercayaan yang sudah dimiliki. Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Selain itu, Bank BRI yang bergerak dalam bisnis jasa perbankan yang berdasarkan asas kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Dalam menciptakan loyalitas dengan nasabah yang merupakan salah cara untuk pencapaian tujuan perusahaan, karena loyalitas nasabah akan turut menentukan keberhasilan perusahaan

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variable-variable dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dilakukan dari penelitian ini adalah nasabah BRI Kota Semarang Timur yang menggunakan Brimo, . Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah secara pasti (*non probability*).

Sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*, yakni Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa

saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bri di Semarang Timur, pengisian kuesioner menggunakan skala likert Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016)

Tabel 2. Skala Likert

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu- ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2016)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan analisis koefisien detereminasi.

Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk menguji variabel yang umumnya tidak dapat diukur secara langsung, tetap bentuk dari dimensi-dimensi yang diamati. Terdapat dua jenis uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah salah satu syarat dalam penggunaan persamaan regresi berganda yang harus dilaksanakan. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas (Irfan, 2018: 86)

1. Uji Normalitas

Menurut (Nurchayo & Riskayanto, 2018: 18), Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi normal masing-masing variabel. Uji yang digunakan ialah statistic Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki significancy value $>0,05$. Dan dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari regional dan/tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Nurchayo & Riskayanto, 2018: 18), Uji multikolinieritas biasanya dilakukan untuk menguji adakah koresponden antar variable-variable bebas (independent).

Multikolinieritas bisa dilihat dari nilai *Tolerance value* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria Pengujian pada uji multikolinieritas :

- a. Jika nilai tolerance > 10 persen dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi
- b. Jika nilai tolerance < 10 persen dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Nurchayo & Riskyanto, 2018: 18-19), Uji heteroskedastisitas biasanya dilakukan untuk menguji variasi dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain dengan tetap menggunakan dasar analisis:

- a. Bila terjadi pola tertentu, dimana posisi titik-titik dalam hasil pengujian membentuk suatu pola tertentu tetapi masih teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) sehingga hasil ini jelas mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Bila pola tidak jelas, dimana posisi titik-titik condong menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga hasil ini mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan dalam mengukur seberapa kuat hubungan antara dua variabel atau lebih, serta

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independent. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Y : Loyalitas Nasabah

α_0 : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : Variabel Kemudahan Penggunaan

X2 : Variabel Nilai Pelanggan

X3 : Variabel Kualitas Layanan

X4 : Variabel Keamanan

X5 : Variabel Kepercayaan

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka perlu dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari Uji t (pengujian signifikansi secara parsial) dan Uji F (pengujian signifikansi secara simultan) (Oktaviani, Barokah, & Salsiyah, 2018: 141)

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mencari tahu seberapa jauh kemampuan variabel independen menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 pada output SPSS tertulis di *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary*. Menurut Ghazali (2011), koefisien determinasi (R^2) bertujuan

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variable dependen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.450	3.522		1.547	.125		
	KPR	.088	.071	.092	1.228	.223	.756	1.322
	NPR	.650	.114	.633	5.676	.000	.341	2.930
	KLR	.041	.080	.043	.518	.606	.612	1.635
	KAR	-.079	.121	-.074	-.653	.516	.327	3.055
	KCR	.162	.075	.189	2.162	.033	.553	1.807

a. Dependent Variable: LNR

Dari tabel diatas diperoleh suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 5.450 + 0,088X_1 + 0,650X_2 + 0,041X_3 - 0,079X_4 + 0.162X_5.$$

1. Nilai konstanta memiliki nilai sebesar 5.450 yang menjelaskan jika variabel kemudahan penggunaan, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan sama, maka loyalitas nasabah pengguna Brimo menjadi 5.450
1. Variabel kemudahan penggunaan (X1) menunjukkan arah hubungan positif dengan nilai sebesar 0.088 antara variabel tersebut dengan loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur. Hal ini

- apabila terjadi kenaikan 1 variabel kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Brimo sebesar 8.8 %
2. Variabel nilai pelanggan (X2) menunjukkan arah hubungan positif dengan nilai sebesar 0.650 antara variabel tersebut dengan loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur. Hal ini apabila terjadi kenaikan 1 variabel kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Brimo sebesar 65%
3. Variabel kualitas layanan (X3) menunjukkan arah hubungan positif dengan nilai sebesar 0.041 antara variabel tersebut dengan loyalitas nasabah pengguna Brimo

- di Semarang Timur. Hal ini apabila terjadi kenaikan 1 variabel kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Brimo sebesar 4.1%
4. Variabel keamanan (X4) menunjukkan arah hubungan negative dengan nilai sebesar -0.079 antara variabel tersebut dengan loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur. Hal ini apabila terjadi kenaikan 1 variabel kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Brimo sebesar -7.9%
 5. Variabel kepercayaan (X5) menunjukkan arah hubungan positif dengan nilai sebesar 0.162 antara variabel tersebut dengan loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur. Hal ini apabila terjadi kenaikan 1 variabel kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna Brimo sebesar 16.2%

Uji Hipotesis Uji T

Pada tabel 3 di jelaskan bahwa

1. Uji t terhadap variabel kemudahan penggunaan (X1) di dapatkan t hitung sebesar 1.228 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($1.228 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.223 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini menyatakan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
2. Uji t terhadap variabel nilai pelanggan (X2) di dapatkan t hitung sebesar 5.676 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($5.676 > 1,660$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.000 > 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini menyatakan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
3. Uji t terhadap variabel kualitas layanan (X3) di dapatkan t hitung sebesar 0.518 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($0.518 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.606 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
4. Uji t terhadap variabel keamanan (X4) di dapatkan t hitung sebesar -0,653 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,653 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.516 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial

tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini menyatakan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

- Uji t terhadap variabel kepercayaan (X5) di dapatkan t hitung sebesar 2.162 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2.162 > 1,660$) atau signifikasi t lebih kecil dari 5% ($0.033 > 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kelima (H5) pada penelitian ini menyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Uji F

Tabel 4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1748.180	5	349.636	28.344	.000 ^b
	Residual	1159.530	94	12.335		
	Total	2907.710	99			

a. Dependent Variable: LNR

b. Predictors: (Constant), KCR, KPR, KLR, NPR, KAR

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikasi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) bahwa dapat disimpulkan masing – masing variabel independent (kemudahan

pengguna, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan) secara Bersama-sama berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, kemudahan penggunaan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis regresi linier berganda nilai t hitung sebesar 1.228 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($1.228 < 1,660$) atau signifikasi t lebih besar dari 5% ($0.223 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini menyatakan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Adisa Nurhanifa (2023) yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan (Usability) Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna Bri Mobile (Brimo) di Bandar Lampung dengan sampel 100 orang Hasil penelitian menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan. Artinya, dengan adanya peningkatan kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan dan berdampak

positif terhadap tingkat loyalitas pengguna aplikasi Brimo

Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Puti Reinarny (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan Aplikasi, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Go-jek di Kota Malang dengan sampel 385 orang, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan artinya, kemudahan penggunaan tidak menjadikan pelanggan akan loyal terhadap penggunaan aplikasi, karena masih banyak kalangan usia menengah ke atas yang tidak menggunakan aplikasi Brimo, dengan alasan tidak bisa mempelajari aplikasi brimo sehingga menurutnya kemudahan aplikasi justru tidak penting, karena lebih memilih langsung datang ke Bank terdekat dari pada menggunakan aplikasi Brimo untuk transaksi dll.

Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, nilai pelanggan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis regresi linier berganda nilai t hitung sebesar 5.676 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($5.676 > 1,660$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.000 > 0,05$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kedua (H₂) pada penelitian ini menyatakan nilai pelanggan berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian dari Mariani Selvia Siburian (2021) yang berjudul Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada KSP (CU) Maju Bersama Kasikan, Tabpong Hulu Kabupaten Kampar, Riau dengan sampel 97 orang, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya, nilai pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah untuk meningkatkan banyaknya nasabah pengguna Brimo. Artinya dengan menunjukkan hasil bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, nasabah yang menghargai value yang telah diterimanya akan menjadi loyal, dimana nasabah tersebut akan merekomendasikan aplikasi Brimo pada orang lain jika mereka menerima value yang tinggi.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Butz dan Goodstein (1996) menyimpulkan bahwa nilai bagi nasabah merupakan komunikasi dua arah antara nasabah dengan bank di mana hubungan tercipta setelah nasabah tahu dan memberikan penilaian positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kesimpulan tersebut mengarah pada hubungan antara nilai bagi nasabah dengan kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah. Jika nasabah menilai produk atau layanan mampu memberikan nilai tambah kepada nasabah maka nasabah akan puas dengan layanan atau produk yang ditawarkan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, kualitas layanan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis regresi linier berganda nilai t hitung sebesar 0.518 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($0.518 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.606 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia Reva Alviska (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan pada pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan

Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Avita Margi Royani (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada KC Bank Muamalat Purwokerto) dengan sampel 98 orang, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan dapat berdampak baik terhadap para nasabahnya. Dalam hal ini mencerminkan bahwa karyawan dari suatu perusahaan ramah, profesionalitas, cepat dan tanggap terhadap nasabah. Perusahaan lebih baik berupaya untuk tetep lebih mementingkan kualitas pelayanan demi kepuasan nasabah yang akhirnya akan berpengaruh secara positif pada kesetiaan nasabah.

Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian keamanan (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis regresi linier berganda nilai t hitung sebesar -0,653 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,653 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0.516 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini menyatakan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Arry Dwi Handoko dan Ronny (2020) yang berjudul Pengaruh Keamanan,Keandalan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan *Mobile Banking*. Dengan sampel 100 nasabah, hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah artinya dalam transaksi perbankan,

keamanan merupakan hal utama yang diperhatikan nasabah saat mempercayakan penyimpanan dananya. Jika suatu aplikasi mobile banking dapat menjamin keamanan data maupun transaksi perbankan maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

Namun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aldani Fachri Fatnur (2022) yang berjudul Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* Brimo dengan sampel 100 orang dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini dikarenakan banyaknya nasabah yang ragu akan keamanan yang ada pada aplikasi Brimo karena banyaknya kejahatan yang ada sehingga tidak terjadi loyalitas pada nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian, kepercayaan (X5) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis regresi linier berganda nilai t hitung sebesar 2.162 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2.162 > 1,660$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0.033 > 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kelima (H_5) pada penelitian ini menyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian dari Noviana Nurul Ulfah, Taufik Rahman dan Kiswanul Arifin (2020) yang berjudul Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Muara Uya dengan sampel 100 orang, dengan hasil menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Kepercayaan berhasil mempengaruhi loyalitas nasabah dengan cara memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan informasi untuk meyakinkan nasabah bahwa bank tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai dengan yang dibutuhkan nasabah. begitu juga dengan perilaku atau kebiasaan pihak bank yang jujur dalam pelayanan dan memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan fakta dapat membuat bank menjadi dipercaya oleh nasabah. Hal tersebut berkaitan dengan penelitian ini yang mana kepercayaan mempengaruhi loyalitas nasabah karena nasabah merasa yakin dan percaya dengan penggunaan aplikasi Brimo semua data akan aman jika menggunakan Brimo, dengan begitu dapat dipastikan nasabah akan bersikap loyal terhadap aplikasi Brimo tersebut dengan melakukan transaksi ulang dan menggunakan produk atau jasa dalam jangka panjang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh tidak signifikan pada variabel kemudahan penggunaan (X1) dengan nilai t hitung sebesar 1.228 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel ($1.228 < 1,660$) atau signifikansi t lebih besar dari 5%

- (0.223 > 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis pertama (H_1) pada penelitian ini menyatakan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
2. Terdapat pengaruh signifikan paada variabel nilai pelanggan (X_2) di dapatkan t hitung sebesar 5.676 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel (5.676 > 1,660) atau signifikan t lebih kecil dari 5% (0.000 > 0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kedua (H_2) pada penelitian ini menyatakan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
 3. Terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap variabel kualitas layanan (X_3) di dapatkan t hitung sebesar 0.518 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel (0.518 < 1,660) atau signifikan t lebih besar dari 5% (0.606 > 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis ketiga (H_3) pada penelitian ini menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
 4. Terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap variabel keamanan (X_4) di dapatkan t hitung sebesar -0,653 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih kecil dari t tabel (-0,653 < 1,660) atau signifikan t lebih besar dari 5% (0.516 > 0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang diartikan variabel independen secara persial tidak berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis keempat (H_4) pada penelitian ini menyatakan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
 5. Terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel kepercayaan (X_5) di dapatkan t hitung sebesar 2.162 dengan t tabel sebesar 1.660. Karena t hitung lebih besar dari t tabel (2.162 > 1,660) atau signifikan t lebih kecil dari 5% (0.033 > 0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang diartikan variabel independen secara persial berpengaruh signifikan. Dengan kata lain hipotesis kelima (H_5) pada penelitian ini menyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur.
 6. Terdapat pengaruh simultan variabel kemudahan penggunaan, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pengguna Brimo di Semarang Timur. Diperoleh dari uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 (0.000 < 0.05) bahwa dapat disimpulkan masing – masing variabel independent (kemudahan pengguna, nilai pelanggan, kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan) secara Bersama-sama berpengaruh

signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

E. DAFTAR PUSTAKA

- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06>
- Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account*, 8(1), 1423–1430. <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>
- Nurhanifa, A. (2016). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN (USABILITY) TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PENGGUNA BRI MOBILE (BRIMO) DI BANDAR LAMPUNG*. 1–23.
- Septiawati, R. A. K. D. P. W. (2016). *PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MEDIASI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA TOKO UD SUBUR DI KABUPATEN BONDOWOSO Rizky*. 1(5), 1–23.
- Tambunan, A. P., & SIBURIAN, M. S. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Ksp (Cu) Maju Bersama Kasikan, Tapung Hulu, Kabupaten Kampar, Riau. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 7(2), 114–123. <https://doi.org/10.54367/jrak.v7i2.1382>
- Ulfah, N. N., Rahman, T., & Arifin, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bpr Muara Uya. *Japb*, 3, 477–490. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/292%0Ahttps://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/japb/article/download/292/237>