

Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI

Dini Andini*, Joy Nashar Utamajaya

Program Studi Sistem Informasi, STMIK borneo Internasional, Balikpapan, Indonesia

Email: ^{1,*} diniandinii3000@gmail.com, ² joy.nashar@stmik-borneo.ac.id

Email Penulis Korespondensi: diniandinii3000@gmail.com

Abstrak—BRImo saat ini menghadirkan berbagai layanan yang akan mempermudah penggunanya dalam melakukan transaksi perbankan. Adapun permasalahan dari penelitian ini dikarenakan system sering terjadi eror dan Berdasarkan ulasan pada Google Playstore terdapat banyak respon dari pengguna terhadap aplikasi. Pengguna juga memberikan respon positif maupun Respon negatif berupa keluhan yang diberikan oleh pengguna yaitu salah satunya kecepatan akses saat menggunakan aplikasi BRImo. Pengguna juga merasa kecewa pada aplikasi sehingga minat untuk menggunakan aplikasi berkurang. Dikarenakan masih terdapat beberapa keluhan dan rating yang kurang memuaskan, perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan pengguna ini guna mengetahui seberapa tinggi kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur presentase kepuasan pengguna aplikasi BRImo. Penelitian ini akan menggunakan dimensi yang terdapat pada mobile service quality yang telah di modifikasi agar sesuai dengan object yang diteliti pada penelitian ini. Data yang digunakan untuk diolah dalam penelitian ini didapatkan dari hasil kuesioner dengan total 15 pertanyaan. Responden penelitian ini berjumlah 100 responden. Setelah terkumpulnya data dari responden, data tersebut akan dilakukan uji validitas dan realibitas guna mengetahui seberapa valid dan reliabel data yang akan diolah nantinya menggunakan metode CSI. Hasil dari penelitian ini terlihat dalam perhitungan metode CSI didapatkan hasil persentase kepuasan pengguna sebesar 81,33% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa “**Sangat Puas**” terhadap kualitas layanan aplikasi BRImo.

Kata Kunci: Mobile Banking; BRImo; CSI; Mobile Service Quality; Kepuasan Pengguna

Abstract—BRImo currently presents a variety of services that will make it easier for its users to make banking transactions. The problem with this research is that system errors often occur and based on reviews on the Google Playstore, there are many responses from users to the application. Users also provide positive responses and negative responses in the form of complaints given by users, one of which is the access speed when using the BRImo application. Users also feel disappointed in the application so that interest in using the application decreases. Because there are still a number of complaints and unsatisfactory ratings, it is necessary to conduct research on user satisfaction in order to find out how high user satisfaction is with the BRImo application. The method used in this study uses the Customer Satisfaction Index (CSI) method to measure the percentage of satisfaction of BRImo application users. This study will use the dimensions contained in mobile service quality which have been modified to suit the object studied in this study. The data used to be processed in this study were obtained from the results of a questionnaire with a total of 15 questions. Respondents in this study amounted to 100 respondents. After collecting data from respondents, the data will be tested for validity and reliability in order to find out how valid and reliable the data will be processed later using the CSI method. The results of this study can be seen in the calculation of the CSI method, the percentage of user satisfaction is 81.33% and it can be stated that customers feel “**Very Satisfied**” with the service quality of the BRImo application.

Keywords: Mobile Banking; BRImo; CSI; Mobile Service Quality; User Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Di era modern seperti sekarang, dunia teknologi informasi digital telah berkembang sangat pesat, sehingga pengguna teknologi informasi mengalami peningkatan. Seperti yang telah disampaikan oleh Westland dan Clark ditulis oleh Venkatesh et al., bahwa pengguna sistem dalam organisasi meningkat secara drastis. Perkembangan teknologi informasi saat ini semakin maju sehingga adanya teknologi informasi digital dapat membantu pengguna untuk mengakses informasi dengan cepat, akurat, dan terbuka. Akan tetapi, untuk membangun suatu sistem informasi tidak mudah diperlukan perencanaan yang matang sehingga sistem yang kita harapkan dapat terintegrasi dengan baik dan bekerja sesuai kebutuhan[1]. Selain memberikan banyak manfaat terhadap perusahaan, pengembangan suatu sistem informasi juga terdapat kegagalan dalam penerapannya. Menurut Febrian Dhiya Ulhaq, Teknologi informasi saat ini telah berkembang dengan sangat pesat selaras dengan kebutuhan manusia yang seiring semakin bertambah. Dengan adanya perkembangan di bidang teknologi informasi, membuat banyaknya perusahaan yang meningkatkan peformanya untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka di segala aspek kehidupan[2]. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan smartphone saat ini sudah semakin umum dipakai oleh setiap orang dalam kehidupannya. Selaras dengan berkembangnya teknologi informasi, perbankan juga ikut ambil bagian dalam meningkatkan pelayanannya.

Menurut Asri Cahya Mandiri bahwa, Mobile banking diciptakan kepada nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet dan smartphone, khususnya via aplikasi yang dapat diunduh. Mirip dengan ATM (*Automatic Teller Machine*) lewat sarana mobile banking seorang nasabah dapat melakukan pengecekan rekening, transfer dana antar rekening, hingga pembayaran tagihan rutin bulanan (listrik, telepon, dsb.) melalui rekening banknya[3]. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan oleh nasabah dengan memanfaatkan layanan ini, terutama bila dilihat dari waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena transaksi menggunakan mobile banking pasti bebas antrian dan dapat dilakukan dari mana saja selama nasabah dapat terhubung dengan jaringan internet. *mobile banking* merupakan layanan yang diberikan oleh bank bagi nasabahnya untuk dapat melkaukan transaksi perbankan melalui *smartphone* yang dimilikinya. *Mobile banking* dalam menyediakan layanannya sudah terdapat pada menu yang tersedia di dalam aplikasi

yang diunduh oleh nasabah. Fitur atau layanan yang biasanya disediakan bank dalam *mobile banking* antara lain: melihat info saldo, rekening pengguna, pembayaran tagihan (listrik dan air), transfer antar bank dan fitur lain yang dibutuhkan dan bermanfaat bagi penggunanya. Hadirnya *mobile banking* tentu memberikan banyak manfaat yang dapat dirasakan bagi pengguna, maupun bagi bank itu sendiri[4]. Manfaat bagi pengguna *mobile banking* yang paling dirasakan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan sebelum berkembangnya *mobile banking*, transaksi perbankan dilakukan secara konvensional yaitu mendatangi bank secara langsung, namun sekarang nasabah hanya perlu mengandalkan *smartphone* dan internet yang dimilikinya untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* juga menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa terbatas pada ruang dan waktu. Keuntungan bagi pihak bank sendiri adalah dengan mengurangi biaya operasional yang sebelumnya digunakan untuk membangun kantor cabang. Selain itu dengan adanya fitur-fitur yang mudah dipahami dan keamanan yang baik, bank juga dapat menarik nasabah-nasabah baru yang membutuhkan layanan *mobile banking* untuk menggunakan layanan yang diberikan[5].

Bank Rakyat Indonesia (BRI) menjadi salah satu bank yang menyediakan layanan berbasis *mobile banking*. Pada tahun 2019 BRI mengeluarkan aplikasi BRImo atau BRI *mobile* yang merupakan pengembangan dari *mobile banking* sebelumnya (promo.bri.co.id). BRImo saat ini menghadirkan berbagai layanan yang akan mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu keunggulan yang ditawarkan pada aplikasi BRImo yaitu nasabah dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM dan hanya mengandalkan aplikasi pada *smartphone* pengguna. Tarik tunai dapat dilakukan cukup dengan memasukkan nominal yang ingin ditarik pada aplikasi BRImo, lalu masukkan *password*. Setelah itu pengguna akan menerima kode tarik tunai yang nantinya kode itu akan dimasukkan ke dalam mesin ATM BRI terdekat[6]. Permasalahan dari penelitian ini dikarenakan sistem sering terjadi eror Berdasarkan ulasan pada Google Playstore terdapat banyak respon dari pengguna terhadap aplikasi. Aplikasi BRI Mobile Banking mendapatkan rating 3,9 dari 5 bintang yang diberikan oleh pengguna. Pengguna juga memberikan respon positif maupun negatif. Respon negatif berupa keluhan yang diberikan oleh pengguna yaitu salah satunya kesulitan saat perekaman wajah 8 detik. Pengguna juga merasa kecewa pada aplikasi sehingga minat untuk menggunakan aplikasi berkurang. Untuk menjalankan fungsinya, kualitas produk harus berhubungan dengan kemampuan produk, termasuk keandalan, keseluruhan produk, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, ketepatan dan atribut bernilai lainnya. Kualitas produk juga dapat dikatakan sebagai sekumpulan karakteristik dan ciri dari jasa dan barang yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan. Maka perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan pengguna ini guna mengetahui seberapa besar kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo. Menurut Atik Kurnianto dan Howard Yadi Saud bahwa Kepuasan pelanggan merupakan prioritas penting bagi keberlangsungan perusahaan jasa, mengingat pesaing yang semakin banyak mengakibatkan penyedia jasa harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggan[7].

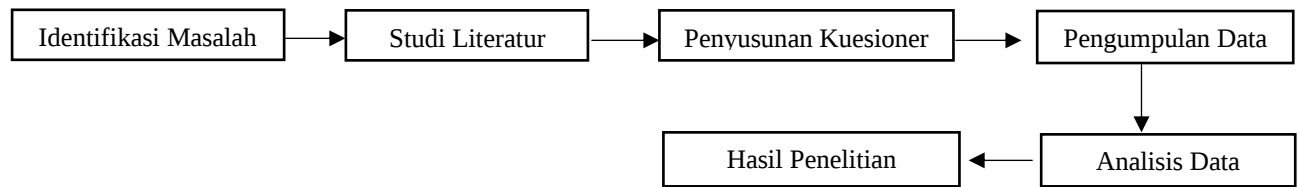
Menurut Penelitian sebelumnya Febrian Dhiya Ulhaq, Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur presentase kepuasan pengguna aplikasi BRImo dan memberikan saran perbaikan terhadap aplikasi menggunakan peragkingan menurut analisis metode Potential Gain in Customer Value (PGCV). kombinasi metode CSI dan PGCV efektif digunakan karena kedua metode tersebut dapat menggunakan indikator atribut penelitian yang sama dan jenis penilaian yang sama pula yaitu skala likert untuk penilaian kinerja dan kepentingan/harapan. Penelitian ini akan menggunakan dimensi yang terdapat pada *mobile service quality* yang telah di modifikasi agar sesuai dengan object yang diteliti pada penelitian ini. Dengan perhitungan metode CSI didapatkan hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 78,39% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa “puas” terhadap kualitas layanan BRImo. Analisis PGCV mendapatkan hasil peragkingan yang dikelompokkan menjadi 3 golongan (atribut yang perlu membutuhkan perhatian khusus untuk evaluasi, atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi fungsinya, atribut yang perlu dipertahankan fungsinya) dengan masing masing golongan terdapat 5 atribut didalamnya. Implementasi dari metode IPA dan CSI diharapkan dapat membantu pihak BRImo dalam meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan[2].

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan menggunakan customer satisfaction index. Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut. CSI banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan[5]. Menurut penelitian sebelumnya Made Nanda Pranat, Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepuasan dari atribut-atribut produk dan jasa.. Kelebihan dari metode CSI adalah efisien (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi terkait dengan atribut yang diinginkan) Metode CSI juga memiliki kekurangan yaitu tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut-atribut yang dihasilkan[8].

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif menggunakan metode penelitian deskriptif dimana menjelaskan secara seadanya suatu variabel atau kondisi. Pada proses penelitian tahapan yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi masalah, melakukan studi literatur, menyusun kuisioner, mengumpulkan data, menganalisis data dan evaluasi, kemudian mendapatkan hasil penelitian. Adapun langkah - langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang terdapat pada gambar 1 berikut ini :

a. Identifikasi Masalah

Dilihat dari studi literatur yang dianalisis oleh peneliti, maka peneliti mengangkat permasalahan untuk dapat mengetahui presentasi kepuasan pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*[9].

b. Studi Literatur

Tahap ini berupa pengumpulan sebuah informasi. Studi literatur dapat berupa pencarian pada jurnal, buku, maupun referensi lain yang bersangkutan dengan penelitian yang dijalankan oleh peneliti. Setelah melakukan pengumpulan informasi, kemudian melakukan identifikasi masalah yang ada dalam penelitian dan menentukan tujuan masalah serta Batasan Batasan dalam penelitian.

a. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan tanggapan yang diungkapkan oleh pengguna sistem setelah menggunakan sistem[10]. Dinyatakan puas apabila pengguna merasa senang dalam menggunakan sistem, sebaliknya dikatakan tidak puas jika pengguna menyatakan rasa kekecewaan dalam menggunakan sistem. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terdapat banyak cara pengukuran yang dapat dilakukan salah satunya menggunakan *Customer Satisfaction Index*[11][12].

b. BRIMO

BRIMO merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI *Mobile* yang telah ada sebelumnya. Terdapat lebih dari 11 juta pengguna BRI *Mobile* dengan jumlah transaksi mencapai 575 juta sepanjang tahun lalu. BRIMO merupakan aplikasi *digital banking* milik PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, meraih 2,2 juta pengguna hanya dalam 8 bulan sejak diluncurkan pada Februari 2019 yang lalu. BRIMO menjadi andalan BRI untuk menggaet nasabah baru terutama dari kalangan milenial. Beberapa keunggulannya adalah kemudahan dalam pembukaan rekening BRI Britama Muda, login dengan *finger print/face recognition*, dan akses info promo[13].

c. Penyusunan Kuesioner

Kuisisioner yang akan digunakan untuk melakukan pengumpulan data terdiri dari dua variabel. Yaitu variabel independen yang terdiri dari dimensi metode CSI sebagai alat menentukan kepuasan pengguna aplikasi BRIMO. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang ditanggung oleh pemakai aplikasi BRIMO.

d. Pengumpulan Data

Pengumpulan data kuantitatif diperoleh dari masyarakat kelurahan penajam yang menggunakan aplikasi BRIMO dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisisioner bernilai skala 1-5 yang disebarluaskan yang disusun peneliti berdasarkan pada 5 dimensi metode CSI.

e. Analisis Data

Tahap analisis data diperoleh dari responden yang telah dihitung rata- ratanya. Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan ditentukan tingkat kepuasannya berdasarkan lima variabel yang dimiliki oleh Metode *Customer Satisfaction Index*. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa[14].

f. Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan tahap akhir dari penelitian. Setelah dilakukan analisis data, hasil dari penelitian yang telah dianalisis menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index*. Metode ini juga memberikan kesimpulan dan saran terhadap penelitian. Kesimpulan akan dilanjutkan dengan evaluasi terhadap sistem, komponen CSI manakah yang perlu diperbaiki.

2.2 Kualitas Layanan Elektronik

Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan kumpulan layanan yang meliputi informasi produk atau jasa yang ditawarkan, distribusi, cara-cara pembelian atau purchase order, dan layanan keluhan bagi pelanggan. Semua layanan itu disediakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis atau usaha yang sistemnya sebagian besar berbasis online. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan kumpulan layanan yang meliputi informasi produk atau jasa yang ditawarkan, distribusi, cara-cara pembelian atau purchase order dan layanan keluhan bagi pelanggan yang disediakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis atau usaha yang sistemnya sebagian besar berbasis online.

Model penelitian M-S-Qual dibagi menjadi 5 dimensi besar, kemudian 5 dimensi yang menjadi fokus pada pengembangan mobile-servicequality adalah dimensi efficiency, fulfillment, privacy, contact dan responsive. Adapun penjelasan dari masing-masing dimensi yaitu sebagai berikut :

- a. Efficiency merupakan dimensi dari kualitas layanan elektronik mencakup pada kualitas kecepatan pengaksesan yang diberikan oleh aplikasi mobile. kualitas kecepatan pembayaran suatu transaksi , kecepatan dan ketepatan pemuatan halaman aplikasi mobile
- b. Fulfillment Dimensi kedua yaitu fulfillment yang mencakup pada kemampuan aplikasi mobile dalam memastikan bahwa pengguna menerima nominal pembayaran transaksi sesuai dengan yang tercantum..
- c. Security/privacy Dimensi ini mengacu pada kekhawatiran pelanggan terhadap potensi penyimpangan keamanan dan privasi. Adapun pihak penyedia jasa harus melindungi informasi pribadi pengguna dari bentuk penipuan dan pencurian serta jaminan dari keamanan akun aplikasi mobile.
- d. Contact Dimensi ini mengacu pada keramahan pemberian saran dan kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam aplikasi mobile
- e. Responsive dimensi ini mengacu pada penyediaan nomer telepon untuk menghubungi perusahaan saat terjadi kendala dalam aplikasi mobile [2].

Alasan Pemilihan model mobile service quality didasari dari ketepatan dan kesesuaian dengan objek penelitian yang dipilih. Model Mobile-service-quality tepat digunakan untuk studi kasus aplikasi mobile.

2.3 Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut atribut produk/jasa. CSI penting digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dicapai dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa[15].

Pada metode CSI, tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting aspek tersebut. Tingkat kepentingan ini tentu saja akan sejalan dengan tingkat harapan seseorang atas pelayanan suatu objek. Sedangkan tingkat kepuasan menunjukkan kepuasan konsumen/nasabah terhadap kinerja lembaga tersebut[16]. Tingkat kepuasan ini tentu saja akan sejalan dengan kinerja lembaga tersebut, karena angka tingkat kepuasan ini ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan lembaga tersebut terhadap konsumen.

Tahapan pengukuran CSI adalah[17][18]:

- a. Menghitung *Mean Importance Scores*, yaitu rata-rata atribut tingkat kepentingan.
- b. Menghitung *Mean Satisfaction Scores*, yaitu atribut rata-rata tingkat kepuasan.

Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan *Weighted Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan *Weighted Factor* 100%.

$$\text{Rumus: } WF = \frac{y_i}{\sum y_i} \times 100\% \quad (1)$$

Keterangan:

WF = *Weight Factor*

Yi = rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke i

$\sum y_i$ = jumlah rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke i

Pengukuran tingkat *Weighted Score* (WS), yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan *Weighted Factor* masing masing atribut.

$$\text{Rumus: } WS = \frac{WF \times x_i}{100\%} \quad (2)$$

Keterangan:

WS = *Weight Score*

x_i = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i.

Mengitung *Weighted Total* (WT), yaitu menjumlahkan *Weighted Total* dari seluruh atribut kualitas jasa.

$$\text{Rumus: } WT = \sum \frac{WF \times x_i}{100\%} \quad (3)$$

Keterangan:

WT = *Weight Total*

WF = *Weight Factor*

x_i = Tingkat Kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i.

Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menggunakan *Satisfaction Index* (SI), yaitu *WeightedTotal* dibagi skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dikali 100[7].

$$\text{Rumus: } SI = \frac{WT}{n} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan:

SI = *Satisfaction Index*

WT = *Weight Total*

n = jumlah skala maksimal dalam penelitian

2.4 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner mengenai kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRIMO. Kuesioner yang diberikan berbentuk google form dimana responden diminta untuk mengisi link yang telah diberikan sesuai dengan alternatif jawaban yang dipilih. Alternatif jawaban pada kolom menggunakan skala *likert*. Yang menerangkan : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen memiliki 5 instrumen yang merupakan dimensi dari metode CSI, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dirasakan oleh pengguna aplikasi BRIMO[19]. Seperti pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Instrumen Penelitian (Kuesioner)

Variabel	Dimensi	Pernyataan
Independen(X)	Efficiency (X1)	Aplikasi mobile memungkinkan pengguna untuk dapat mengaksesnya dengan cepat
	Fulfillment (X2)	Aplikasi mobile memungkinkan memuat halaman dengan cepat
		Aplikasi mobile memungkinkan menyelesaikan dengan cepat proses transaksi yang sedang terjadi
	Contact (X3)	Aplikasi Mobile menyediakan barang untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai
		Aplikasi mobile menjamin tidak membagikan informasi pribadi di situs lain.
Dependen(Y)	Privacy (X4)	Aplikasi mobile menjamin keramahan saat adanya pelaporan keluhan
		Agen layanan aplikasi mobile menjamin pemberian saran yang konsisten.
	Responsive (X5)	Agen layanan aplikasi mobile menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan ramah jika terjadi masalah di dalam aplikasi.
		Aplikasi mobile melindungi informasi secara menyeluruh data M-banking pengguna
	Kepuasan (Y)	Aplikasi mobile melindungi informasi tentang perilaku transaksi yang terjadi di aplikasi M-banking

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Statistik Deskriptif

Uji analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan variabel pada penelitian. Pada Tabel 2 menampilkan hasil analisis Statistik Kuisisioner.

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Profil	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Perempuan	56	56%
Laki-Laki	44	44%
Usia		
17-25	31	31%
26-35	45	45%
35-40	23	23%
>40	1	1%
Pekerjaan		
Pelajar	1	1%
Mahasiswa	23	23%
Karyawan swasta	41	41%
Wiraswasta	21	21%
Ibu rumah tangga	14	14%

Tabel 2 menunjukkan data profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Pada penelitian ini 56% responden berjenis kelamin perempuan dan 44% berjenis kelamin laki-laki.

3.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan agar dapat melakukan pengukuran instrumen variabel pada kuisisioner. Uji validitas dengan cara Korelasi Product Moment Pearson. Pengujian dikatakan valid apabila nilai R-Tabel kurang dari nilai *Pearson Correlation*. Untuk memperoleh nilai r-tabel dari df (derajat kebebasan) adalah menggunakan rumus :

$$df = n - 2 \quad (5)$$

Dimana n merupakan jumlah sampel. Bisa dilihat pada Tabel 4. R Tabel bahwa $df = 100 - 2 = 98$ berarti R Tabel yaitu 0,199 dengan taraf signifikan 0,05. Instrumen atau pernyataan dinyatakan valid apabila nilai R Hitung lebih besar daripada nilai R Tabel [20]. Dari hasil pengujian pada Tabel 3. Uji validitas didapatkan hasil bahwa nilai R Hitung seluruh instrumen mampu mencapai angka diatas R Tabel, hal ini menyatakan instrumen variabel yang digunakan dalam kuisioner penelitian ini bersifat valid. Seperti pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Uji Validitas

Butir Pernyataan	R hitung	r tabel	Keputusan
X1	0.898	0,199	Valid
X2	0.910	0,199	Valid
X3	0.956	0,199	Valid
X4	0.973	0,199	Valid
X5	0.907	0,199	Valid
X6	0.944	0,199	Valid
X7	0.849	0,199	Valid
X8	0.935	0,199	Valid
X9	0.901	0,199	Valid
X10	0.793	0,199	Valid
X11	0.911	0,199	Valid
X12	0.874	0,199	Valid
X13	0.900	0,199	Valid
Y1	0.839	0,199	Valid
Y2	0.941	0,199	Valid

Tabel 4. R Tabel

N	DB	R
86	84	0,212
87	85	0,211
88	86	0,210
89	87	0,208
90	88	0,207
91	89	0,206
92	90	0,205
93	91	0,204
94	92	0,203
95	93	0,202
96	94	0,201
97	95	0,200
98	96	0,199
99	97	0,198
100	98	0,197

3.3 Uji Realibitas

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Uji tersebut masing- masing untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* tidak lebih kecil atau setara dengan 0,6, maka dikatakan reliabel. Untuk memudahkan mengetahui tingkat konsisten kuisioner pada penelitian ini. Seperti pada tabel 5 berikut ini :

Tabel 5. Tingkat Hubungan Reliabilitas

No.	Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,19	Sangat Rendah
2.	0,20 – 0,39	Rendah
3.	0,40 – 0,59	Sedang
4.	0,60 – 0,79	Kuat
5.	0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 6 . Menunjukkan hasil keseluruhan variabel mempunyai hubungan pada tingkat sangat kuat. Seperti pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Jumlah Instrumen	Kriteria
----------	----------------	------------------	----------

<i>efficiency</i>	0,874	2	Sangat Kuat
<i>Fulfillment</i>	0,972	2	Sangat Kuat
<i>Contact</i>	0,949	4	Sangat Kuat
<i>Privacy</i>	0,896	2	Sangat Kuat
<i>Responsive</i>	0,915	3	Sangat Kuat
Kepuasan	0,908	2	Sangat Kuat

3.4 Hasil Perhitungan Tingkat kepuasan Kuesioner menggunakan csi

Perhitungan data *Customer satisfaction index* (CSI) baru dapat dilakukan setelah mendapatkan jumlah responden yang di targetkan yaitu 100 responden. Perhitungan metode CSI nantinya diharapkan mampu untuk dapat mengukur sejauh mana tingkat kepuasan pengguna yang dirasakan oleh pengguna aplikasi BRImo berdasarkan dari indikator pertanyaan yang telah dibuat. Berikut adalah Langkah-langkah untuk menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut: menentukan *Mean Importance Score* (MIS), *Mean Satisfaction Scores* (MSS), *Weight Factors* (WF), *Weight Score* (WS), dan yang terakhir menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam lima kriteria dari Sangat Tidak Puas sampai dengan Sangat Puas[5]. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Seperti pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Butir Pertanyaan	MIS	MSS	WF	WS
X1	4.05	4.05	6.64	26.89
X2	4.07	4.07	6.67	27.16
X3	4.07	4.07	6.67	27.16
X4	4.04	4.04	6.62	26.76
X5	4.03	4.03	6.61	26.62
X6	4.06	4.06	6.66	27.02
X7	4.08	4.08	6.69	27.29
X8	4.05	4.05	6.64	26.89
X9	4.09	4.09	6.70	27.42
X10	3.99	3.99	6.54	26.10
X11	4.10	4.10	6.72	27.56
X12	4.09	4.09	6.70	27.42
X13	4.07	4.07	6.67	27.16
Y1	4.11	4.11	6.74	27.69
Y2	4.10	4.10	6.72	27.56
Total	61.00			406.69

Pada tabel 7 didapatkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* yaitu 406,69 sehingga hasil tersebut diolah kembali menggunakan rumus CSi seperti Berikut ini :

$$CSI = \frac{406,69}{5} \times 100\% = 81,33$$

Tabel 8. Kriteria Tingkat Kepuasan

NO	Nilai CSI (%)	Keterangan
1.	81% - 100%	Sangat Puas
2.	66% - 80.99%	Puas
3.	51% - 65.99%	Cukup Puas
4.	35% - 50.99%	Kurang Puas
5.	0 – 34.99%	Tidak Puas

Berdasarkan hasil perhitungan akhir metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat dilihat Indeks Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction Index* atau CSI) diperoleh sebesar 81,33%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengguna sangat Puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh aplikasi BRIMO.

4. KESIMPULAN

Pada perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapatkan nilai hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 81,33%, jika dilihat menurut skala CSI hasil tersebut dikategorikan bahwa pelanggan merasa “Sangat Puas” terhadap layanan BRImo secara keseluruhan. Hasil perhitungan kepuasan pelanggan tersebut berdasarkan pada perspektif pengguna BRImo. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh, maka saran dari penelitian ini adalah pihak Bank BRI perlu melakukan perbaikan kualitas pelayanan, khususnya terhadap atribut-atribut yang memiliki skor rata-rata tingkat kepuasan yang paling rendah dan atribut yang memiliki skor rata-rata tingkat kepentingan yang paling tinggi. Hal tersebut perlu dilakukan demi tercapainya kepuasan pengguna.

REFERENCES

- [1] D. Tarigan and K. D. Hartomo, "Evaluasi Keamanan Fitur Tarik Tunai Cardless pada Aplikasi BRImo Menggunakan PIECES," vol. 19, no. 2, pp. 153–166, 2022.
- [2] Febrian Dhiya Ulhaq, "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP LAYANAN APLIKASI BRImo MENGGUNAKAN M SQUAL DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN POINT GAIN IN CUSTOMER VALUES (PGCV)," 2022.
- [3] A. Mandiri, E. Yanto, and E. Metekohy, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo)," *Account*, vol. 8, no. 1, pp. 1423–1430, 2021.
- [4] P. Ayu Titha Paramita Pika, K. Darmaastawan, and J. Indira Dewiningrat, Ayu Jacob Paul Latupeirissa, "Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (Brimo) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sasetan, Denpasar," *J. Akunt. dan Pajak*, vol. 22, no. 22, pp. 1–13, 2022.
- [5] D. S. N. Siahaan and F. Agustini, "Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED)," *J. Bus. Econ. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 13–19, 2021.
- [6] Y. Oktapiani, M. Rosario, and A. Nehemia, "Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Ilm. Mhs. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 3, pp. 249–260, 2020.
- [7] A. Kurnianto and H. Yadi Saud, "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE CSI (CUSTOMER SATISFACTION INDEX) DAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY)(Studi Kasus: Cuci Mobil Tirta Kencana)," *J. Sains Teknol.*, vol. XI, no. 2, pp. 81–88, 2021.
- [8] M. N. Pranata, A. Hartiati, and C. A. B. Sadyasmara, "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)," *J. Rekayasa Dan Manaj. Agroindustri*, vol. 7, no. 4, p. 594, 2019.
- [9] D. N. Teddy Chandra, "Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Method in 'Jakarta' Optical Pekanbaru," *Teddy Chandra, Nova Devy*, vol. 7, no. 2, pp. 125–139, 2019.
- [10] Z. Fahmi and D. S. Canta, "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI E-NON PNS DENGAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX FRAMEWORK," vol. 2, no. 4, pp. 352–360, 2022.
- [11] R. K. Umam, N. P. Hariastuti, I. Teknologi, and A. Tama, "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa)," *Pros. Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap.*, vol. 0, no. 0, pp. 339–344, 2018.
- [12] O. J. Harmaja, W. Purba, M. P. Siregar, H. T. Manurung, and F. A. Sirait, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi)," *J. Tek. Inf. dan Komput.*, vol. 5, no. 1, p. 147, 2022.
- [13] A. F. I. H. dkk Widya Indah Maghfiroh, "PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA BRI MOBILE (BRImo)," *SENTRI J. Ris. Ilm.*, vol. 1, no. 3, pp. 17–34, 2022.
- [14] A. Nuriyana and A. Hermawansyah, "Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang pada Aplikasi Shopee Indonesia," *J. Impresi Indones.*, vol. 1, no. 4, pp. 414–424, 2022.
- [15] A. A. Trinito and A. Zamakhsari, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Pelayanan Pelanggan dengan Metode CSI dan ServQual," *STRING (Satuan Tulisan Ris. dan Inov. Teknol.)*, vol. 5, no. 3, p. 342, 2021.
- [16] H. R. Amri, R. T. Subagio, and Kusnadi, "Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen," *J. Sist. Cerdas*, vol. 3, no. Asosiasi Prakarsa Indonesia Cerdas, pp. 241–252, 2020.
- [17] F. D. Syakuron and D. Sidiq, "Penerapan Metode Costumer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Kualitas Pelayanan Puskesmas Cipayung Kota Depok Application of Customer Satisfaction Index (Csi) and Importance Performance Analysis (Ipa) Methods O," vol. 9, no. 2, pp. 307–313, 2022.
- [18] A. R. Aditya Nalendra, B. Givan, and I. Sari, "Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI," *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, vol. 4, no. 2, pp. 294–306, 2020.
- [19] singasatia dayan marselina lusiana, kaniawulan ismi, "ANALISIS KESUKSESAN APLIKASI BRIMO DENGAN PENDEKATAN MODEL DELONE AND MCLEAN," *J. Inform. Teknol. dan sains*, vol. 4, no. 3, pp. 193–198, 2022.
- [20] A. F. Hadining, "Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi)," *J@ti Undip J. Tek. Ind.*, vol. 15, no. 1, p. 1, 2020.