



**ANALISIS *CUSTOMER VALUE* TERHADAP  
PENGGUNA APLIKASI BRImo  
(Studi Kasus pada Masyarakat Sawangan Nasabah  
Bank Rakyat Indonesia Pengguna Aplikasi BRImo)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Manajemen  
Perbankan Syariah

**Disusun Oleh :**

**Muhdis Ghoniatul Awlia**  
**NPM : 2017570055**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
1443 H /2022 M**

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI


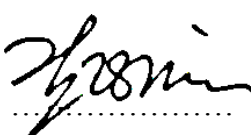

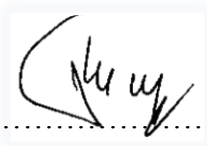
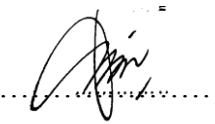
Skripsi yang berjudul : **Analisis Customer Value Terhadap Pengguna Aplikasi BRImo (Studi Kasus pada Masyarakat Sawangan Nasabah Bank Rakyat Indonesia)** disusun oleh : **Muhdis Ghoniatul Awlia** Nomor Pokok Mahasiswa : **2017570055** Telah diujikan pada hari/tanggal : 9 Februari 2022 telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

### FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



**Dr. Sopa, M.Ag.**

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<b><u>Dr. Sopa, M.Ag.</u></b> Ketua		21 - 04 - 2022
<b><u>Dr. Suharsiwi, M.Pd.</u></b> Sekretaris		21 - 04 - 2022
<b><u>Soami Rizqiyanto, M.Si</u></b> Dosen Pembimbing		19 - 03 - 2022
<b><u>Moh. Khoirul Anam, SE, M.Ak.</u></b> Anggota Penguji I		16 - 03 - 2022
<b><u>Dina Febriani, SE, MM.</u></b> Anggota Penguji II		20 - 02 - 2022

## LEMBAR PERNYATAAN (ORISINILITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : Muhdis Ghoniatul Awlia  
**NPM** : 2017570055  
**Program Studi** : Manajemen Perbankan Syariah  
**Fakultas** : Fakultas Agama Islam  
**Judul Skripsi** : Analisis *Customer value* terhadap Pengguna Aplikasi BRImo

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitiaan saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima saksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 09 Jumadil Akhir 1443 H  
12 Januari 2022 M

**Yang Menyatakan,**



**Muhdis Ghoniatul Awlia**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**ANALISIS *CUSTOMER VALUE* TERHADAP PENGGUNA APLIKASI BRIMO**”, yang disusun oleh **Muhdis Ghoniatul Awlia**, **Nomor Pokok Mahasiswa : 2017570055**, Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan untuk seminar proposal penelitian Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 12 Januari 2022

**Pembimbing**



**Saomi Rizkiyanto, M.Si.**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**Program Studi Manajemen Perbankan Syariah**

**Skripsi 12 Januari 2022**

**Muhdis Ghoniatul Awlia**  
**2017570053**

**ANALISIS *CUSTOMER VALUE* TERHADAP PENGGUNA APLIKASI  
BRImo**

**xi + 80 halaman + 16 tabel + 24 gambar**

**ABSTRAK**

Keberadaan bank sangat berhubungan erat dengan masyarakat. Sudah ada banyak bank di Indonesia, namun dari sekian banyak bank yang sudah ada di Indonesia, masih banyak masyarakat di Indonesia yang masih awam dengan dunia perbankan terutama masyarakat di perdesaan/kampung terlebih prihal aplikasi-aplikasi perbankan dengan alasan sulit untuk menggunakannya. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) meluncurkan aplikasi BRImo, sebuah inovasi *digital banking* terbaru yang memberikan kemudahan dan kenyamanan layanan transaksi perbankan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dan peneliti juga menggunakan metode analisis linear berganda, untuk mengetahui adanya pengaruh dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Hasil pengujian Linear Berganda menunjukkan bahwa Koefisien variabel  $X_1$  (*Social value*) memiliki nilai 0,446 dari data diatas sedangkan nilai signifikansi yaitu 0,002 yang lebih keci; dari 0,05. Maka variabel  $X_1$  (*Social value*) tidak pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah). Koefisien variabel  $X_2$  (*Quality value*) memiliki nilai 0,006 dari data diatas sedangkan nilai signifikansi yaitu 0,958 yang lebih besar dari 0,05. Maka variabel  $X_2$  (*Quaality value*) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan nasabah).

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji Syukur Alhamdulillah saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Analisis *Customer value* Terhadap Pengguna Aplikasi BRImo (study kasus pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sawangan)” ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah limpahkan pada junjungan kita Rosulullah SAW yang telah membawa ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan proposal penelitian ini tidak lepas dari hambatan serta kesulitan. Namun, dalam penyusunan proposal penelitian ini saya berusaha untuk sebaik mungkin, saya menyadari akan kemampuan dan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang saya miliki. Untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan syukur dan terimakasih yang tulus dan mendalam kepada :

1. Prof. Dr. Ma'mun Murod Al-Barbasy, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Dr. Sopa, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dina Febriani, SE.,MM, selaku kepala prodi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Saomi Rizkiyanto, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik dan selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan

bimbingan serta petunjuk yang sangat bermanfaat dan telah meluangkan waktunya hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak/Ibu dosen Jurusan Manajemen Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan banyak wawasan serta ilmu pengetahuan.
6. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya Bapak Edi Juhandi dan Ibu Yustina yang selama ini telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang tanpa lelah bekerja dan terus berdo'a demi keberhasilan anak-anaknya serta tak pernah berhenti memberikan semangat dan dorongan baik moral maupun materi kepada saya selama awal mengenyam dunia pendidikan hingga saat ini.
7. Untuk saudara kandung saya sekaligus kakak terbaik Rinaldi Adam beserta istri Nuriffah, saya ucapkan terimakasih karena terus memberi semangat kepada saya.
8. Terimakasih kepada keluarga MPS B 2017 atas kerjasama selama kuliah dan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih buat Nanda, Rika, Weni, Ayu, Silvi, dan Dinda yang selalu suport dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak/Ibu /Saudara/i pasti akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah AWT. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini memiliki banyak manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Depok,12 Januari 2022  
**Penulis,**

**Muhdis Ghoniatul Awlia**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN (ORISINILITAS).....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Sistematika Penelitian.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori .....	10
1. <i>Customer value</i> .....	10
2. Aplikasi BRImo .....	16
3. Bank Rakyat Indonesia .....	24
4. Kepuasan Nasabah.....	27
B. Penelitian yang Relevan .....	29
C. Kerangka Berfikir .....	35
D. Hipotesis Penelitian .....	36

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Metodologi Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Variabel Penelitian .....	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
F. Instrumen Penelitian .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	44
H. Hipotesis Statistik .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data .....	52
B. Visi-Misi Bank Rakyat Indonesia.....	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
D. Analisis Deskriptif Data .....	62
E. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	63

### **BAB V KESIMPULAN**

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran .....	79

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Nilai.....	43
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian .....	43
Tabel 4.1 Hasil Penghitungan Analisis Deskriptif Data .....	62
Tabel 4.2 Uji Validasi <i>Social value</i> ( $X_1$ ) .....	63
Tabel 4.3 Uji Validasi <i>Quality value</i> ( $X_2$ ) .....	63
Tabel 4.4 Uji Validitas Ketiga .....	64
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov Test</i> .....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi Model Summary .....	68
Tabel 4.9 Hasil Durbin Watson .....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficientsa.....	69
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficientsa .....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji t Statistik (Uji Parsial) Coefficients .....	72
Tabel 4.13 Hasil Uji F Statistik (Uji Simulasi) Anova .....	73
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi Model Summary .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Satu Aplikasi Untuk Berbagai Kebutuhan .....17
Gambar 2.2	Buka Rekening Tabungan Lewat Aplikasi .....18
Gambar 2.3	Cek Mutasi Panjang .....19
Gambar 2.4	BRI Mobile .....21
Gambar 2.5	Agen Bank BRI .....22
Gambar 2.6	Top Up Saldo Bank BRI Melalui Bank Lain .....23
Gambar 2.7	Biaya Top Up Saldo Bank BRI Melalui Bank Lain .....24
Gambar 2.8	Kerangka Berpikir .....36
Gambar 4.1	Jenis Kelamin .....55
Gambar 4.2	Latar Belakang Pendidikan .....56
Gambar 4.3	Usia Responden.....56
Gambar 4.4	Pekerjaan Responden .....57
Gambar 4.5	Transaksi Menggunakan BRI.....58
Gambar 4.6	Transaksi Ekonomi di Perbankan.....58
Gambar 4.7	Layanan <i>Electronic Banking</i> .....59
Gambar 4.8	Menggunakan Jasa <i>Electronic Banking</i> .....59
Gambar 4.9	Penggunaan Jasa <i>Electronic Banking</i> .....59
Gambar 4.10	Penggunaan Secara Rutin <i>Electronic Banking</i> .....60
Gambar 4.11	Kesulitan Nasabah.....60
Gambar 4.12	Nasabah Mengetahui Aplikasi BRImo.....61
Gambar 4.13	Penggunaan Fitur Transaksi .....61
Gambar 4.14	Histogram .....66
Gambar 4.15	Normal P-P Plot .....67
Gambar 4.16	Hasil Uji Heteroskedestisitas .....70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 3 : Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi
- Lampiran 4 : Tabel t
- Lampiran 5 : Tabel F
- Lampiran 6 : Tabel Durbin Watson
- Lampiran 7 : Kuesioner
- Lampiran 8 : Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dengan kata lain melaksanakan fungsi *intermediasi* keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah.<sup>1</sup>

Keberadaan bank sangat berhubungan erat dengan masyarakat. Sudah ada banyak bank di Indonesia, namun dari sekian banyak bank yang sudah ada di Indonesia, masih banyak masyarakat di Indonesia yang masih awam dengan dunia perbankan terutama masyarakat di perdesaan/kampung terlebih perihal aplikasi-aplikasi perbankan.

Sekarang ini sudah banyak orang yang memiliki *handphone* canggih namun belum memanfaatkannya dengan maksimal. Hampir semua *handphone* canggih saat ini sudah dilengkapi dengan koneksi internet dan memiliki fitur layanan perbankan yang disebut dengan *mobile banking* . Layanan perbankan melalui *handphone* ini akan membuat nasabah lebih simple dalam segala hal yang berkaitan dengan perbankan.

---

<sup>1</sup> Otoritas Jasa Keuangan. *Bank Syariah dan Kelembagaannya*. <http://www.ojk.go.id>. Diakses pada tanggal 14 mei 2020 pukul 16.00 WIB.

Perbankan memiliki pengalaman di mana nasabah lupa untuk membayarkan taghan listrik rumah, air, atau bahkan kartu kredit dikarenakan kesibukan sehingga lupa atau belum sempat untuk membayarnya.<sup>2</sup>

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) meluncurkan aplikasi BRImo, sebuah inovasi *digital banking* terbaru yang memberikan kemudahan dan kenyamanan layanan transaksi perbankan. Melalui aplikasi BRImo yang memiliki UI/UX dan fitur-fitur terbaru ini, BRI secara khusus ingin menggaet segmen Milwon (*Milenial, Women, dan Netizen*). Direktur Konsumer Bank BRI, Handayani menjelaskan aplikasi BRImo merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. BRImo menggabungkan fungsi *mobile banking*, *internet banking*, dan uang elektronik dalam satu aplikasi.<sup>3</sup>

Sejak diluncurkan pada akhir februari 2019 lalu, BRImo yang merupakan aplikasi *digital banking* milik PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk mampu mencatat pertumbuhan yang positif. Hingga akhir September 2019, tercatat pengguna BRImo mencapai 2,2 juta orang. Hal ini diungkapkan *Corporate Secretary* Bank BRI Hari Purnomo di Jakarta 15 Oktober 2019. Hari menjelaskan bahwa rata-rata penambahan user BRImo perbulan mencapai 250 ribu-350 ribu.

---

<sup>2</sup> Mengenal Mobile Banking, Apa Keunggulan dan Kekurangannya?’, Edited by Cermati.com (25 Desember 2015) : <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya> diakses pada tanggal 15 mei 2020 pukul 10.24 WIB.

<sup>3</sup> Gilar Ramdhani : “Beri Kemudahan Milenial Transaksi Perbankan, BRI Luncurkan Aplikasi BRImo” <https://m.liputan6.com/bisnis/read/3905563/berikemudahan-milenial-transaksi-perbankan-bri-luncurkan-brimo> (27 Februari 2019, 19:19 WIB) diakses pada tanggal 14 Mei 2020 pukul 15.15 WIB.

Fitur transaksi yang paling sering digunakan nasabah pada aplikasi BRImo antara lain transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta topup Gopay dan LinkAja.

Pesatnya perkembangan BRImo ini semakin menunjukkan terjadinya perubahan kebiasaan masyarakat, khususnya para nasabah bank. Masyarakat kini semakin gemar melakukan transaksi perbankan melalui *digital channel* dibandingkan bertransaksi di kantor cabang.

Selama semester 1 2019 tercatat jumlah transaksi di jaringan kantor BRI mencapai 84,51 juta, angka ini menurun 17,36% dibandingkan dengan transaksi di kantor BRI pada periode yang sama tahun 2018 yakni sebesar 102,25 juta. “Sementara untuk jumlah transaksi *internet banking* BRI tumbuh 117,51% yoy dan SMS banking tumbuh 24,58% yoy pada akhir semester 1 2019,” imbuh Hari.<sup>4</sup>

Pemberian nama BRImo sendiri sebenarnya dari BRI *Mobile*, kemudian disingkat menjadi BRImo. Ada alasannya kenapa pihak BRI menggunakan nama BRImo karena tidak ingin menghapus aplikasi lama yang bernama BRI *Mobile*. Fitur yang ditawarkan BRImo cukup lengkap bahkan mampu bersaing dengan Mandiri *Online* dan BCA *Mobile*.<sup>5</sup>

Pembatasan aktivitas dan penerapan *physical distancing* berimbas terhadap kenaikan transaksi digital milik perbankan. Salah satunya dialami oleh

---

<sup>4</sup> Rizkia Khairun Nisa : “Digital Banking Kian Digemari, Pengguna BRImo Tembus 2,2 Juta Orang”. Editet by Merdeka.com (17 Oktober 2019) <https://economy.okezone.com/read/2019/10/17/11/2118257/digital-banking-kian-digemari-brimo-tembus-2-2-juta-orang> diakses pada tanggal 15 mei 2020 pukul 10.54 WIB.

<sup>5</sup> “Review Aplikasi BRImo Milik BRI, Fiturnya Lengkap”. Edited by Teraa.net <https://teraa.net/brimo/> diakses pada 15 mei 2020 pukul 11.26 WIB.



PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang mengakui adanya lonjakan transaksi digital di tengah pandemi Covid-19.

BRI mencatat, kenaikan transaksi digital terjadi lewat internet banking BRI, *Mobile banking* BRI (BRImo) dan transaksi belanja di *marketplace*. Berdasarkan data 3 bulan terakhir, transaksi nasabah yang menggunakan *internet banking* maupun BRImo di bulan Maret meningkat 61% dibandingkan Januari 2020. Adapun, lonjakan kenaikan transaksi mencatatkan sebanyak 32 juta kali transaksi dengan volume mencapai lebih dari Rp.20 triliun. Sedangkan, pertumbuhan transaksi BRImo sendiri pada Maret 2020 dibandingkan bulan sebelumnya tumbuh mencapai 28%.

Sejumlah kenaikan tersebut tidak terlepas dari pembatasan-pembatasan yang dilakukan selama pandemi Covid-19. Terlebih saat ini pemerintah telah menetapkan sejumlah wilayah diperlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

BRI memastikan dengan adanya peningkatan *traffic* transaksi ini tidak akan mengurangi kualitas transaksi *digital* BRI. Perseroan sudah mengantisipasi dengan menyiapkan *Back end infrastruktur* yang mendukung saat terjadi lonjakan transaksi tinggi pada kondisi tertentu.<sup>6</sup>

Akan tetapi berdasarkan wawancara dengan seorang manager di salah satu Bank Rakyat Indonesia yang berada di Sawangan, Nasabah Bank BRI yang

---

<sup>6</sup> Dewi Erelina Amelia “ Pandemi Covid-19, Transaksi Mobile Banking BRI Naik 61%”. <https://economy.okezone.com/read/2020/05/05/11/2209370/transaksi-di-brimo-manjadi-favorit-masyarakat-di-tengah-pandemi-covid-19> diakses pada tanggal 16 mei 2020 pukul 12.20 WIB.

berada di Sawangan masih banyak yang belum menggunakan aplikasi BRImo, banyak nasabah yang terkendala dengan gaptek, sinyal, dan yang lainnya.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti saat ini akan meneliti *costumer value* yang dialami oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia syariah terhadap aplikasi BRImo. Adapun judul penelitian ini adalah : **“ANALISIS CUSTOMER VALUE TERHADAP PENGGUNA APLIKASI BRImo (Studi Kasus pada Masyarakat Sawangan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pengguna Aplikasi BRImo)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Bank BRI merupakan bank terbaik di Indonesia dengan bukti kongkret banyaknya nasabah bank BRI berdasarkan data dari *public expose* PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, yang memiliki lebih dari 100 juta nasabah.
2. Namun, banyaknya nasabah tidak dibarengi dengan penggunaan aplikasi BRImo padahal BRImo telah menggabungkan fungsi *mobile banking*, *internet banking*, dan uang elektronik dalam satu aplikasi sehingga dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagaimacam transaksi.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti perlu membatasi permasalahan agar memperoleh pemahaman yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Adapun pembatasan tersebut yaitu :

1. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang Sawangan, Depok. Dilakukan pada medio bula mei sampai dengan bulan Juni.
2. Aplikasi BRImo adalah singkatan dari BRI *Mobile* yang dikembangkan oleh Bank Rakyat Indonesia berdasarkan kemajuan tekhnologi dan kebutuhan masyarakat pada saat ini.
3. Penelitian di lakukan berdasarkan variabel yang telah ditentukan yaitu *social value* sebagai variabel (X1), *quality value* sebagai variabel (X2), dan kepuasan nasabah sebagai variabel (Y)/terikat.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut maka terdapat beberapa masalah yang menjadi tema pembahasan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah *social value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan aplikasi BRImo?
2. Apakah *quality value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan aplikasi BRImo?
3. Apakah *social value* dan *quality value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Bertitik tolak dari permasalahan yang telah dilakukan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *social value* terhadap kepuasan nasabah pada penggunaan aplikasi BRImo
2. Untuk mengetahui pengaruh *quality value* terhadap kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi BRImo

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu :

1. Bagi Bank

Pihak bank diharapkan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini serta dapat menambah referensi mengenai kegunaan aplikasi BRImo serta melihat *Customer value* nasabah Bank BRI dari segi *social value* dan *quality value*, sehingga pihak bank dapat mempertahankan bahkan lebih meningkatkan kualitas dari aplikasi BRImo.

2. Bagi Peneliti

Guna memberikan pengetahuan, wawasan tambahan serta menambahkan referensi mengenai aplikasi BRImo agar diperoleh hasil yang manfaat bagi peneliti dan dapat mengetahui seberapa pengaruh *customer value* terhadap aplikasi BRImo.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

## **G. Sistematika Penelitian**

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa sub sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku atau jurnal yang berkaitan dengan penyusunan penelitian serta beberapa *literatur rivew* yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, berisikan tentang rencana atau rancangan penelitian yang akan dilakukan. Adapun bagian dari bab ini yaitu jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, serta metode triangulasi data dan analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyuguhkan beberapa data berikut analisis jumlah nasabah Bank Rakyat Indonesia, beserta alasan-alasan yang mendasari kepuasan nasabah pada penggunaan aplikasi BRImo.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis mencoba membuat kesimpulan berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang kiranya bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Landasan Teoritis**

##### **1. *Customer Value***

###### **a. Pengertian *Customer Value***

Menurut B. Fieg, “*Value is determined on the customer’s terms in the context of his or her unique needs*”. Menurut definisi tersebut, setiap pelanggan memiliki terminologi tersendiri mengenai suatu nilai tawaran, di mana nilai tersebut dapat memenuhi kebutuhan khusus dari pelanggan tersebut. Dengan memahami kebutuhan mereka, maka perusahaan dapat memenuhi *value* yang dimaksud pelanggan dan dengan begitu akan mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian terhadap produk perusahaan.

Kotler menyatakan bahwa “*Customer value* adalah selisih antara evaluasi calon pelanggan atas semua manfaat serta semua biaya tawaran tertentu dan alternatif-alternatif lain yang dipikirkan”. Definisi yang diungkapkan Kotler menunjukkan bahwa *customer value* menyangkut manfaat dan pengorbanan, di mana pelanggan akan membandingkan perolehan dari manfaat dan pengorbanan yang dilakukan. Apabila manfaat yang dirasakan lebih besar dari pengorbanan maka kemungkinan besar dia akan memilih nilai tawaran tersebut, dan begitupun sebaliknya apabila manfaat yang disarankan lebih sedikit dari

pengorbanan yang dilakukan maka pelanggan tersebut akan meninggalkan penawaran perusahaan.<sup>1</sup>

Menurut Albrect, terdapat tujuh elemen yang bersama-sama membentuk *infrastruktur* dalam penyampaian *customer value*, yaitu *environmental*, *sensory*, *interpersonal*, *procedural*, *deliverable*, *informational*, dan *financial*

- 1) *Enviromental, the physical setting in which the customer experience the product. Elemen ini merupakan lingkungan fisik dimana konsumen alami atau rasakan berhubungan dengan produk tersebut.*
- 2) *Sensory, the direct sensory experience, if any, that the customer encounters. Elemen ini meliputi ada yang terlihat, terdengar, rasa, sensasi fisik, ciri-ciri estetika dari item barang dagangan, dan perasaan yang berkaitan dengan psikologis dari lingkungan konsumen. Seperti kepuasan nasabah terhadap fitur aplikasi pada aplikasi BRImo.*
- 3) *Interpersonal, the interaction the customer has with employees or, in some cases, with other customers, as part of the loyal experience. Elemen interpersonal adalah interaksi yang terjadi antara konsumen dengan staf atau konsumen lain (nasabah dengan pegawai bank atau nasabah lain), dimana hal ini merupakan bagian dari keseluruhan*

---

<sup>1</sup>. Setijani, E, Pudjo Sugioto, Sumartono. “*Manajemen Bisnis, Three Pillars of Business*”. Malang: Media Nusa Creative, cetakan 1. 2019. Hlm.46.



pengalaman. Meliputi rasa bersahabat, keramahan, membantu, penampilan fisik, dan kompetensi staf (pegawai) dalam bertugas.

- 4) *Procedural, the procedures you ask the customer to go through in doing business with you. Elemen ini adalah prosedur yang diterapkan oleh badan usaha (pihak bank) untuk melayani saat berhubungan dengan konsumen (nasabah).*
- 5) *Deliverable, anything the customer physically takes custody of during the service experience, even if only temporarily. Hal ini berarti segala sesuatu yang dialami konsumen (nasabah) pada saat mendapatkan pelayanan, bahkan pada hal-hal yang bersifat temporarily atau mendukung, seperti kecepatan pengiriman produk dan layanan *delivery*.*
- 6) *Informational, aspects of the customer experience that involve getting the information needed to function as a customer. Hal ini dapat berupa segala sesuatu informasi yang dibutuhkan oleh konsumen (nasabah) sampai dengan hal yang sederhana seperti suatu benda atau fasilitas yang membuat konsumen (nasabah) mengetahui harus kemana, dan lain-lain.*
- 7) *Financial, what customer pays of the total experience. In most cases it's obvious: it's price. In others, it may be less obvious. Elemen ini berkaitan dengan segala sesuatu yang dibayar atau*

dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan pengalaman atau produk tersebut.<sup>2</sup>

**b. Karakteristik *Customer Value***

Dalam Tjiptomo secara umum *customer value* memiliki sejumlah karakteristik utama yaitu :

- 1) Nilai bersifat *instrumental*, artinya produk dan jasa sebenarnya hanyalah alat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, pemasaran tidak hanya wajib menciptakan nilai dalam penawarannya, namun juga harus mengaitkan penawaran tersebut dengan kebutuhan dan keinginan spesifik setiap pelanggan sasaran. Setiap orang hanya mempersepsikan sebuah produk (objek atau gagasan) sebagai sesuatu yang bermanfaat apabila ia bisa menemukan *instrumentalitas* dalam mewujudkan tujuan atau keinginannya.
- 2) Nilai bersifat *dinamis* seiring dengan perubahan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 3) Nilai bersifat *hierarkis*, dimana nilai universal merupakan pondasi utama.

---

<sup>2</sup> Albrecht, K, *The Northbound Train*. (New York: Amacom, 1994) hlm. 138.

### c. Dimensi *Customer Value*

Menurut Tjiptono, ada empat dimensi yang membentuk nilai pelanggan, yaitu:

- 1) *Emotional Value*, yaitu utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif/emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi/menggunakan produk.
- 2) *Social value*, yaitu utilitas yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen.
- 3) *Quality/Performance Value*, yaitu utilitas yang didapatkan dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan jangka panjang.
- 4) *Price/Value Of Money*, yaitu utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari produk atau jasa.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Kotler dan Kaller, ada beberapa dimensi nilai pelanggan, diantaranya yaitu :

- 1) Nilai Produk (*product value*), yaitu evaluasi mengenal seberapa besar keuntungan yang dapat dinikmati oleh pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen. Perusahaan bisa memberikan keuntungan pada pelanggan melalui fitur, tingkat keandalan, ketahanan, model dan desain produk.

---

<sup>3</sup> Idris Prakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, (Bogor: Lindan Bestari, 2020) hlm.148-149

- 2) Nilai Pelayanan (*service value*), yaitu nilai yang membedakan suatu produk dengan produk pesaingnya. Nilai pelayanan bisa dilihat dari bentuk atau proses pelayanan yang diterima pelanggan, apakah pelayanannya cepat dan tepat.
- 3) Nilai Personil (*personal value*), yaitu ukuran kemampuan dan keahlian karyawan, Nilai personil bisa dilihat dari kemampuan berkomunikasi, kecepatan dan ketelitian, serta kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.
- 4) Nilai Citra (*image value*), yaitu nilai yang diperoleh dari persepsi pelanggan terhadap keseluruhan komponen yang menghasilkan reputasi perusahaan. Nilai citra bisa dilihat melalui produk, merek, lokasi, dan lain sebagainya.
- 5) Harga Moneter, yaitu uang yang dikeluarkan pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.
- 6) Biaya Waktu, yaitu besarnya waktu yang dihabiskan oleh pelanggan ketika berbelanja suatu produk. Biaya waktu dapat dilihat dari kecepatan transaksi.
- 7) Biaya Fisik, yaitu besarnya tenaga yang dihabiskan oleh pelanggan ketika berbelanja suatu produk.
- 8) Biaya Psikis, yaitu biaya berupa rasa kesal atau senang selama proses memperoleh pelayanan atau penggunaan produk.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Nora Anisa. B.S, Hengki Tamando. S, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, (Sumatera: IOCS Publisher, 2021) hlm. 170-172

## 2. Aplikasi BRImo

Direktur Konsumer Bank BRI, Handayani menjelaskan aplikasi BRImo merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. BRImo menggabungkan fungsi *mobile banking*, *internet banking* dan uang elektronik dalam satu aplikasi. Dibandingkan aplikasi BRI Mobile sebelumnya, aplikasi BRImo terbaru ini dilengkapi fitur-fitur yang jauh memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Diantaranya kemudahan dalam pembukaan rekening Tabungan BRI Britama Muda, login aplikasi menggunakan finger print maupun face id recognition, serta akses info promo Bank BRI. Dengan aplikasi BRImo, pengguna juga bisa melihat transaksi satu tahun terakhir, yang kemudian dapat disimpan langsung dalam PDF.<sup>5</sup>

Layanan perbankan digital BRI terus menyuguhkan peningkatan yang semakin baik. Melalui aplikasi BRImo, Anda dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan bertransaksi *finansial* setiap harinya. Kehadiran aplikasi BRImo memang sesuai dengan perkembangan zaman. Kemudahan untuk melakukan transaksi hanya melalui *smartphone* Anda dijumpai

---

<sup>5</sup> Gilar Ramdhani, "Beri Kemudahan Milenial Transaksi Perbankan, BRI Lumcurkan Aplikasi BRImo" [https://m.liputan6.com/bisnis/read/3905563/beri-kemudahan-milenial-transaksi-perbankan-bri-lumcurkanaplikasi-brimo?utm\\_campaign=share\\_top](https://m.liputan6.com/bisnis/read/3905563/beri-kemudahan-milenial-transaksi-perbankan-bri-lumcurkanaplikasi-brimo?utm_campaign=share_top) (27 Februari 2019) diakses pada tanggal 18 juni 2020, pukul 01.29 WIB.

melalui aplikasi BRImo. Berikut ini sejumlah kelebihan/keunggulan aplikasi BRImo yaitu :

- a. Satu Aplikasi Untuk Berbagai Kebutuhan

**Gambar 2.1**  
**Satu Aplikasi Untuk Berbagai Kebutuhan**



Tak hanya memiliki fungsi mobile banking, namun dalam aplikasi ini juga bisa menjalankan fungsi internet banking serta uang elektronik. Dengan demikian, semua fungsi *digital banking* tersebut bisa dipebahi melalui satu aplikasi ini.

- b. Desain Modern

BRImo memiliki desain antarmuka yang modern. Anda menjadi mudah untuk menemukan fitur yang diperlukan.

- c. *Fingerprint*

BRIimo dilengkapi dengan fitur *fingerprint*. Dengan fitur ini akan lebih praktis untuk melakukan *login* aplikasi. Seandainya Anda lupa kode untuk masuk, bisa menggunakan fitur *fingerprint* tersebut.

d. *Face Recognition*

Tak hanya fitur *fingerprint*. BRIimo juga dilengkapi dengan *face recognition*. Hal ini semakin memudahkan Anda ketika ingin bertransaksi sekaligus memberikan keamanan lebih terhadap penggunaan aplikasi ini.

e. Bisa Buka Rekening Tabungan

### Gambar 2.2 Buka Rekening Tabungan Lewat Aplikasi



Malas untuk antri lama guna membuka tabungan di BRI? Anda bisa buka tabungan bank BRI lewat aplikasi ini. Anda bisa membuka tabungan BRItama muda.

f. Akses Info Promo

Untuk mendapatkan info promo BRI terbaru juga bisa diketahui melalui aplikasi ini. Beragam promosi menarik bisa mudah untuk Anda akses.

g. Cek Mutasi Panjang

**Gambar 2.3**  
**Cek Mutasi Panjang**



Kemudahan dalam mengecek transaksi rekening bisa dirasakan lewat aplikasi ini. BRImo menyediakan data mutasi rekening hingga 1 tahun ke belakang.

Mungkin Anda ingin mengecek transaksi beberapa bulan lalu. Bisa langsung gunakan aplikasi ini untuk melakukannya.



#### h. Penggunaan Nama Alias

Anda dapat menyimpan nomor rekening tujuan dan memberi nama unik. Mungkin Anda sering melakukan transaksi untuk transfer ke anak misalnya, Anda bisa beri nama “anakku” pada nama nomer rekening tersebut.

#### i. Tarik Tunai Tanpa Kartu ATM

Jika misalnya Anda berangkat kerja dan terlupa untuk membawa kartu ATM BRI, Anda tetap bisa melakukan penarikan tunai dengan memanfaatkan teknologi aplikasi BRImo ini.

Caranya mudah, Anda bisa pilih sumber rekening dan nominal dana yang ingin ditarik. Setelah itu, Anda bisa memasukkan *password* BRImo. Lalu, Anda pun akan mendapatkan kode tarik tunai. SE;anjutnya Anda bisa menuju ke ATM BRI terdekat dan masukkan kode tarik tunai tersebut untuk menarik uang.

#### j. Isi Pulsa

Jika pulsa habis, Anda pun bisa melakukan pengisian dengan aplikasi BRImo. Bisa pilih nominal pulsa yang ingin dibeli dan nantinya pembayarannya akan langsung dipotong dari saldo rekening Anda.

#### k. Beli Tiket

Butuh untuk berlibur? Dengan gampang Anda bisa membeli tiket kereta melalui aplikasi ini. Cepat bisa dapatkan tiket kereta ke te,pat tujuan.

l. *Top up* Saldo Go-Pay dan LinkAja

Saldo Go Pay atau LinkAja mulai menipis? Jangan khawatir. Anda bisa melakukan *top up* melalui aplikasi ini.

m. Isi Pulsa Listrik

Kalau listrik di rumah hampir habis, Anda bisa melakukan pembelian listrik dengan gampang lewat aplikasi ini.

n. Bisa Untuk Non-Nasabah Bank BRI

Sekalipun mungkin Anda belum menjadi nasabah BRI, Anda tetap bisa menggunakan aplikasi ini. Mungkin kebutuhan Anda adalah untuk membeli pulsa, belanja *online*, atau membayar listrik.

Nah, Anda bisa *download* aplikasi tersebut dan kemudian mengaktifkannya. Bagi non-nasabah perlu mengisi dana Tbank untuk bisa bertransaksi dengan aplikasi ini.<sup>6</sup>

Cara untuk mengisi Tbank terdapat dua cara utama untuk mengisi Tbank BRI, yaitu lewat aplikasi mBanking dan agen dari

---

<sup>6</sup> “14 Kelebihan Fitur M Banking BRImo yang Sebaiknya Anda Tahu”, Edited by PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (02 Agustus 2020) : <https://promo.bri.co.id/main/promo/detail/14KelebihanFiturMBankingBRUmoyangSebaiknyaAndaTahu> Diakses pada Selasa, 15 Januari 2022, pukul 16:04

layanan tersebut. Berikut adalah tata cara untuk melakukan transaksi tersebut :

1) Lewat BRI Mobile

**Gambar 2.4**  
**BRI Mobile**



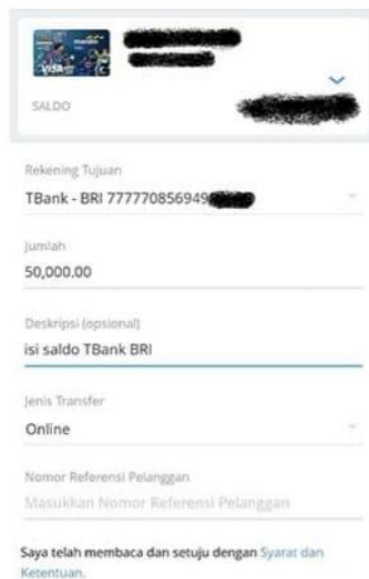
- a) Silahkan login ke aplikasi BRI Mobile
  - b) Pada menu utama pilih Isi Ulang -> T-Bank
  - c) Masukkan nomor HP yang terdaftar pada layanan TBank BRI
  - d) Tentukan nominal transfer yang diinginkan
  - e) Terakhir, masukan PIN TBank yang dimiliki
- 2) Lewat Agen

**Gambar 2.5**  
**Agen Bank BRI**



- a) Kunjungi agen TBank BRI terdekat di daerah kalian
  - b) Sampaikan pada petugas agen bahwa kalian ingin isi saldo untuk layanan TBank BRI
  - c) Lalu kalian diminta untuk menyebutkan nomor HP yang digunakan sebagai rekening TBank BRI
  - d) Setelah itu serahkan sejumlah uang untuk mengisi saldo bukti TBank BRI
  - e) Tunggu beberapa saat, petugas agen akan memberikan bukti transaksi isi saldo telah berhasil
- 3) Cara Top Up Saldo TBank BRI Melalui Layanan Bank Lain

**Gambar 2.6**  
**Top Up Saldo Bank BRI Melalui Bank Lain**



Selain melalui kedua cara diatas, ternyata Top Up saldo TBank BRI juga bisa dilakukan lewat layanan dari Bank lain. Misal,

kami akan melakukan isi ulang saldo melalui aplikasi Mandiri Online, maka caranya seperti ini :

- a) Login ke aplikasi Mandiri Online di smartphone
- b) Pilih menu Transfer -> Ke Bank Lain Dalam Negri
- c) Pada menu Rekening Tujuan silahkan pilih BRI untuk nama Bank dan isi kolom tujuan dengan format sebagai berikut : 7777 + Nomor HP yang terdaftar di layanan TBank BRI
- d) Klik Tambah Sebagai Tujuan Baru
- e) Kemudian masukkan jumlah Top Up yang diinginkan
- f) Jika sudah, klik lanjut
- g) Nanti akan muncul rincian transaksi mengenai nama penerima, nominal transfer dan biaya admin sesuai ketentuan
- h) Silahkan klik konfirmasi lalu masukkan MPIN Mandiri Online
- i) Selesai

Metode ini digunakan ketika kalian tidak memiliki rekening BRI tetapi mempunyai fasilitas Mandiri Online atau MBanking lainnya. Jadi, tanpa harus keluar rumah untuk menemui agen TBank, lebih praktis dilakukan melalui fasilitas mBanking Bank lain.

Untuk melakukan transaksi Top Up saldo TBank BRI kalian akan dikenai biaya admin sebagai berikut <sup>7</sup>:

### **Gambar 2.7** **Biaya Top Up Saldo Bank BRI Melalui Bank Lain**

---

<sup>7</sup> BANKIR.ID “3 cara Isi Saldo TBank BRI Lewat Agen & Mobile Banking” : <https://bankir.id/cara-isi-saldo-tbank-bri/>, Diakses pada Kamis, 17 Februari 2022, pukul 02.30

Metode	Tarif
Agen TBank	Rp. 3.500
BRI Mobile	Gratis
Mandiri Online / Layanan Bank lain	Rp. 6.500

### 3. Bank Rakyat Indonesia

Menurut Kasmir, dalam bukunya “Dasar-Dasar Perbankan” menyatakan bahwa : “Secara sederhananya bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya”.

Menurut Joseph, menyatakan bahwa yang dimaksud dengan bank adalah : “*departemen store of finance* yang menyediakan berbagai jasa keuangan”.

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Republik Indonesia No.7 Tahun 1998 Tentang Perbankan, dalam pasal 1 angka 2, disebutkan bahwa : “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI)

didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja tanggal 16 Desember 1895. Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah N0.1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian *Renville* pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesiaa Serikat.

Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 Tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maats. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992 Peraturan Pemerintah RI No.21 Tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Visi dari Bank Rakyat Indonesia yaitu, “Menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*”. Bank Rakyat Indonesia juga memiliki misi yaitu,:

- a. **Memberikan Yang Terbaik**, Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. **Menyediakan Pelayanan Yang Prima**, Memberikan pelayanan yang prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.
- c. **Bekerja dengan Optimal dan Baik**, Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.<sup>8</sup>

#### 4. Kepuasan Nasabah

Secara umum kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.<sup>9</sup>

Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh bank yaitu :

- a. Kualitas Produk

---

<sup>8</sup> "Tentang BRI" edited by PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. <https://bri.co.id/tentang-bri> diakses pada tanggal 20 juni 2020, pukul 02.01 WIB.

<sup>9</sup> Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 70.



Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap bank bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.

e. Biaya

Nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk/ jasa itu.

Pencapaian kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan nasabah.
- b. Bank harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Termasuk di dalamnya cara

berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.

- c. Memberi kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan.
- d. Mengembangkan dan menerapkan dengan cara bank menghubungi nasabah setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan nasabah. Bank juga menghubungi nasabah dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya. Dan mengadakan pendekatan dimana bank membangun kedekatan dengan nasabah yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi bank pasar.<sup>10</sup>

## **B. Penelitian yang Relevan**

Beberapa penelitian yang relevan dalam penelitian ini antara lain :

1. Hasil penelitian dari Mohammad Ridwan, Palupiningdyah Palupiningdyah, Universitas Negeri Semarang tentang, **“Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial dan Nilai Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan”** Keberhasilan suatu produk ditentukan dengan seberapa tinggi nilai suatu produk tersebut dimata pelanggan. Nilai inilah yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Teknik pengampilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *accidental sampling* sebanyak 116 pelanggan Yamaha Harpindo Jaya Semarang dengan menggunakan rumus iterasi. Variabel penelitian meliputi nilai emosional, nilai sosial,

---

<sup>10</sup> Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing) hlm. 32-33

nilai kualitas dan kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, metode analisis yaitu uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif persentase, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda menggunakan *SPSS for Windows versi 17*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai emosional, nilai sosial dan nilai kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Saran dari penelitian ini adalah hendaknya dengan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada pelanggan, kemudian meningkatkan bagian pemasarannya dalam bentuk penyuluhan kepada masyarakat, setelah itu menyediakan perlengkapan tambahan yang mendukung keselamatan pelanggan.<sup>11</sup>

2. Hasil penelitian dari Diah Khairiyah, Melda Yunita, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu tentang **“Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas Dan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Tvs Di Kota Bengkulu”** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas, dan nilai fungsional terhadap keputusan pembelian sepeda motor tvs di kota Bengkulu. Teknik sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, analisis data yang digunakan dengan menggunakan metode regresi linear berganda . Dari tabel

---

<sup>11</sup> Ridwan M, Palupiningdyah P. Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial dan Nilai Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan. MAJ [Internet]. 11 Jun. 2014 [cited 3 Mar. 2022];3(1). Available from: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/3310>

Anova diperoleh nilai signifikan (sig) 0,000. Nilai signifikan dibandingkan pada  $\alpha$  0,05, dari hasil tersebut dapat diartikan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , karena nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa  $H_0$  diterima. Maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan diantara nilai nilai emosional (X1), nilai sosial (X2), nilai kualitas (X3), nilai fungsional (X4), terhadap nilai y terhadap keputusan pembelian. Hasil t nilai signifikan (X1) adalah 0,004 Faktor Nilai Sosial (X2) adalah 0,005, Faktor Nilai Kualitas (X3) adalah 0,009, dan Faktor Nilai Fungsional (X4) adalah 0,000. Jika nilai-nilai ini dibandingkan dengan pada  $\alpha$  0,05 hasilnya lebih kecil artinya  $H_0$  diterima berarti terdapat pengaruh yang signifikan nilai nilai emosional (X1), nilai sosial (X2), nilai kualitas (X3), nilai fungsional (X4), terhadap keputusan pembelian (Y).<sup>12</sup>

3. Hasil penelitian dari, Rahma Novita Sari pada tahun 2015, Program studi Administrasi Bisnis, Universitas Telkom tentang, **“Pengaruh Kualitas Layanan BRI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah”**. Seiringa dengan perkembangan zaman, banyak hal yang harus dilakukan oleh bank BRI untuk meningkatkan kualitas layanan BRI *Mobile* untuk dapat bersaing dengan bank lainnya yang menyediakan layanan *Mobile Banking*. Dengan menggunakan kualitas layanan yang terdiri dari kepercayaan, akurasi, kecepatan, dan keamanan diharapkan dapat

---

<sup>12</sup> Khairiyah D, Melda Yunita.” Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas Dan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Tvs Di Kota Bengkulu” di akses pada tanggal 3 maret 2022 di file:///C:/Users/ACER/Downloads/606-Article%20Text-1646-1-10-20180801%20(2).pdf

mengetahui nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile*. Maka dari itu diharapkan dalam penelitian ini dapat mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan BRI Mobile PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah. Kualitas layanan terdiri dari empat variabel yang merupakan kualitas layanan *mobile banking (m-banking)* yaitu : Kepercayaan, Akurasi, Kecepatan, dan Keamanan. Keempat variabel tersebut dikendalikan dipadukan satu sama lain oleh perusahaan sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah mengenai kualitas layanan BRI *Mobile* berdasarkan persepsi nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya, mengetahui kepuasan nasabah BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*, dan mengetahui pengaruh kualitas layanan BRI *Mobile* terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian kausal. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling jenis incidental sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat sub variabel keamanan yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang

menggunakan layanan BRI *Mobile* dengan nilai terhitung sebesar 2,228 > nilai t tabel 1,661 dan nilai uji signifikansi sebesar 0,028 yang mana signifikansi yang digunakan (0,05). Berdasarkan hasil uji hipotesis secara siltultan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Kntor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile*, hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (2,925 > 2,310) dengan tingkat signifikansi 0,025 (taraf signifikansi yang diterima  $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 11% dan sisanya sebesar 89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Rekomendasi bagi perusahaan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah bank BRI Kantor Cabang Palangkaraya yang menggunakan layanan BRI *Mobile* dengan cara memperhatikan keempat kualitas layanan yang masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah diluar kualitas layanan.<sup>13</sup>

4. Hasil penelitian dari Yohana, Okta pada tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Salatiga ***“Pengaruh Nilai Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Menggunakan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank Brisyariah KCP***

---

<sup>13</sup> Rahma Novita Sari, *“Pengaruh Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah,”* (Kalimantan: Universitas Telkom 2015) hlm. 1

*Magelang).*” Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank BRI Syariah KCP Magelang). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Salatiga. Pembimbing Fetria Eka Yudiana, M.Si Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Nilai Nasabah(X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening (Z) di Bank BRISyariah KCP Magelang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik sampel probability sampling. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji ttest, uji Ftest, uji R2 serta path analysis. Hasil penelitian ini data menunjukkan bahwa nilai nasabah, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Uji path menunjukkan Kepuasan nasabah mampu memediasi atau dapat berperan sebagai variabel intervening pengaruh nilai nasabah dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas. Kata Kunci:Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah.<sup>14</sup>

5. Hasil penelitian dari Yogi Yuliansyah pada tahun 2017, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tentang, “**Analisis Pengaruh Pelayanan**

---

<sup>14</sup> Yohana, Okta pada 2020 “Analisis Pengaruh Pelayanan *Mobile banking* Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta”.

***Mobile banking Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta***". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan m-banking terhadap kepuasan nasabah kantor cabang pembantu Kaliurang Yogyakarta. Data yang dipakai adalah dat primer, dilakukan dengan menggunakan kuesioner serta non probability sampling dengan metode slovin sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BSM Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta yang menggunakan layanan *mobile banking*. Sedangkan tehnik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t statistik untuk menguji koefisien regresi parsial, serta uji f statistik untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama dengan tingkat signifikan 5%. Selain itu uji dilakukan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heterokedasitas, dan uji normalitas dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil uji persial (uji t) variabel keamanan *mobile*, kemampuan kepuasan nasabah. Kemudian variabel tambahan biaya berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah.<sup>15</sup>

### **C. Kerangka Berpikir**

Umma Sekara menyatakan bahwa, kerangka berfikir ini adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan itu dengan segala

---

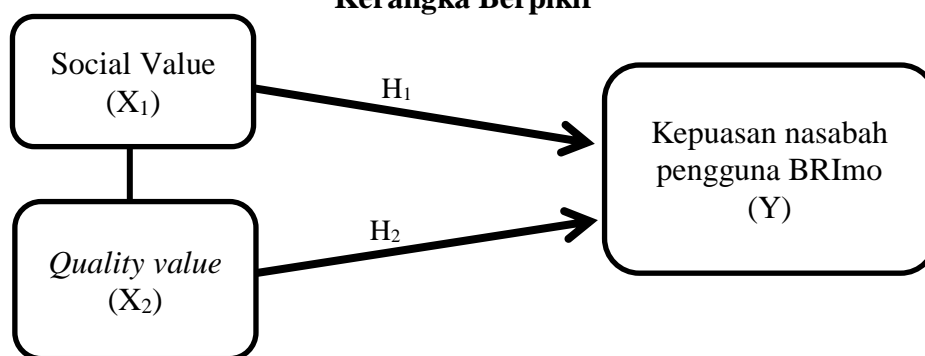
<sup>15</sup> Yuliansyah, Yogi. *Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*. (Yogyakarta: Diligib. UIN-SUKA, 2017) hlm. xxi



macam faktor yang telah atau sudah diidentifikasi yakni sebagai masalah yang penting.<sup>16</sup>

Penggunaan aplikasi BRImo sangatlah diminati banyak nasabah bank BRI, dari banyaknya nasabah bank BRI yang menggunakan aplikasi BRImo ada saja nasabah yang merasa belum puas dengan pelayanan yang ada pada aplikasi tersebut, oleh karena itu peneliti akan mengambil 2 variabel agar mengetahui kepuasan nasabah tersebut, yaitu *social value* sebagai  $X_1$ , dan *quality value* sebagai  $X_2$ , sedangkan untuk variabel Y yaitu kepuasan nasabah pengguna BRImo. Maka dari itu dalam penelitian ini akan merumuskan kerangka berfikir sebagai berikut :

**Gambar 2.8**  
**Kerangka Berpikir**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Woodruff mengungkapkan bahwa *customer value* merupakan persepsi pelanggan terhadap konsekuensi yang diinginkannya dari penggunaan suatu produk atau jasa, Dalam penelitian Siti Ning Farida terdapat hubungan yang

<sup>16</sup> Sekara Umma, *Busniess Research*. 1992 : Sugiono. 2010.

signifikan antara *customer value* terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian terdahulu Inas Mawardah meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Customer value* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Bukopin). Dalam penelitian tersebut, membuktikan berdasarkan uji regresi berganda secara parsial ditemukan bahwa variable *customer value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin tinggi *customer value* yang diterima oleh bank, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan. Maka hipotesis pada penelitian ini yaitu :

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara *social value* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh signifikan antara *social value* terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo.

H<sub>0</sub> : *Quality value* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada bank BRI Kantor Cabang Sawangan, Depok.

H<sub>2</sub> : *Quality value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada Bank BRI Kantor Cabang Sawangan, Depok.

H<sub>0</sub> : *Social value* dan *Quality value* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada bank BRI Kantor Cabang Sawangan, Depok.

H<sub>3</sub> : *Social value* dan *Quality value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRImo pada Bank BRI Kantor Cabang Sawangan, Depok.

## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

Metode pada penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan sesuatu masalah. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui, pengertian tersebut merupakan pendapat dari Kasiram dalam bukunya *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.<sup>1</sup>

Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu gejala, dan akurat. Pada penelitian ini, penulis memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut. Penelitian deskriptif ini adalah salah satu jenis penelitian kuantitatif non eksperimen yang tergolong mudah. Penelitian ini menggambarkan data kuantitatif yang diperoleh menyangkut keadaan subjek, atau fenomena dari sebuah populasinya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hidayat, Anwar. *Kuantitatif Adalah Penelitian: Tujuan, Jenis-Jenis, Pengertian, Contoh, Dan*, <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html> Diakses pada tanggal 16 Juli 2020, pukul 01.23 WIB.

<sup>2</sup> Humas Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran UNM, *Penelitian Deskriptif Kuantitatif*. (Makassar: Universitas Negri Makasar 2018) <https://penalaran-unm.org/deskriptif-kuantitatif/> Diakses pada tanggal 16 Juli 2020, pukul 01.30 WIB.

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang ditunjukkan kepada nasabah Bank BRI Kantor Cabang Sawangan, Depok.

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian ini pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang berada di Sawangan, Depok.

### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Maret tahun 2021.

## **C. Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini variabel bebas yang diteliti adalah *social value* sebagai variabel ( $X_1$ ), dan *quality value* sebagai variabel ( $X_2$ ), sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan nasabah pengguna BRImo atau sebagai variabel ( $Y$ ).

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi menurut Joko Subagyo adalah obyek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data. Sedangkan menurut Sugiyono populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Dari kedua pendapat tersebut dapat diambil batasan pengertian bahwa populasi adalah keseluruhan unsur obyek sebagai sumber data dengan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian.

Adapun populasi dalam penelitian ini yang berada di sekitar rt 004 rw 005 Sawangan, Depok dengan jumlah masyarakat 283 orang . Jadi peneliti mengambil sebanyak 60 masyarakat yang menggunakan aplikasi BRImo di karenakan dengan jumlah masyarakat 283 orang, tidak semua menggunakan aplikasi BRImo dengan alasan batas toleransi kesalahan dalam masyarakat tersebut.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk diamati, sehingga sampel ukurannya lebih kecil dibandingkan populasi dan berfungsi sebagai wakil dari populasi.<sup>4</sup>

Menurut Sugiyono, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Dosen Pendidikan 3, *Populasi Adalah - 20 Pengertian Menurut Para Ahli*. (Edited by DosenPendidikan.com, 2014) : <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-populasi-menurut-para-ahli/> Diakses pada tanggal 17 Juli 2020, pukul 02.08 WIB.

<sup>4</sup> Kuntjojo, 2009. *Metodelogi Penelitian*, hlm. 33.

<sup>5</sup> Evtasari, Ika. *Pengertian Sampel Menurut Para Ahli*. (Edited by Ruang Guru.com) [https://ruangguru.co/pengertian-sampel/#pengertian\\_sampel\\_menurut\\_para\\_ahli](https://ruangguru.co/pengertian-sampel/#pengertian_sampel_menurut_para_ahli) Diakses pada 17 Juli 2020 pukul 02.28 WIB.

Dalam penelitian ini, yang digunakan oleh peneliti untuk mengambil sampel ialah probability sampling, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut :<sup>6</sup>

$$\frac{N}{1 + Ne^2}$$

Ket :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1. Berdasarkan data diatas, populasi yang didapat dalam penelitian ini berjumlah 60 orang dan taraf kepercayaan yang digunakan adalah 95% yang berarti batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) adalah 5% atau 0,05. Maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{60}{1 + 60(0,0025)}$$

$$n = \frac{60}{1 + 0,25}$$

$$n = \frac{60}{1,25}$$

$$n = 48$$

---

<sup>6</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014, hlm. 96.

Jadi jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 48 nasabah.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting dan berbagai sumber dan berbagai cara. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan skunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber skunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, kuesioner (angket), dan observasi.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik penelitian lapangan dengan memberikan angket yang berisikan beberapa kuisisioner untuk diisi oleh para responden. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup dan terbuka baik secara langsung (wawancara) maupun dikirim melalui internet.

Adapun penelitian ini menggunakan angket dengan skala likert untuk mengukur skor atas setiap pertanyaan dalam angket yang disebar, dimana untuk

---

<sup>7</sup> Aziz, Rohmatul. *Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati, 28 Januari 2013) : <https://rachmatul4212.wordpress.com/2013/01/28/teknik-pengumpulan-data-dalam-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif/> Diakses pada 17 Juli 2020, pukul 06.51 WIB.



ukuran skalanya adalah 1-5, baik untuk variabel X maupun variabel Y yang diteliti. Sehingga dapat mempersentasikan pendapat dari para responden.

**Tabel 3.1**  
**Skala Nilai**

Skala Nilai	Keterangan
1	STS
2	TS
3	RG
4	ST
5	SS

Dengan Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

RG : Ragu-ragu (3)

ST : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

#### F. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan oleh peneliti saat ini adalah metode skala likert. Skala likert atau Likert Scale adalah skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat.<sup>8</sup> Oleh sebab itu dalam penelitian ini disusun sebuah tabel variabel penelitian sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Instrumen Penelitian**

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Social value</i> (X <sub>1</sub> )	1. Komunikasi admin dengan pengguna aplikasi BRImo 2. Pemahaman kebutuhan pelanggan 3. Promosi BRImo kepada nasabah BRI	Skala Likert
2.	<i>Quality value</i> (X <sub>2</sub> )	1. Pelayanan 2. Informasi produk 3. Hasil layanan sesuai dengan harapan 4. Kecepatan pelayanan	Skala Likert
No.	Variabel	Indikator	Skala

<sup>8</sup> *Pengertian Skala Likert (Likert Scale) dan Menggunakannya.* (Edited by Teknik Elektronika), <https://teknikelektorika.com/pengertian-skala-likert-likert-scale-menggunakan-skala-likert/> Dikses pada 18 Juli 2020, pukul 07.50 WIB

	<b>Penelitian</b>		<b>Pengukuran</b>
3.	<i>Kepuasan Nasabah (Y)</i>	1. Kepuasan nasabah 2. Konfirmasi harapan 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan 4. Ketidak puasan nasabah	Skala Likert

## G. Teknik Analisis Data

Setelah data-data yang penulis perlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.<sup>9</sup>

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu butir pertanyaan. Skala butir pertanyaan disebut valid, jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur yang seharusnya diukur. Jika skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti, sebab tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan.

Secara sederhana pengukuran validitas dapat dilakukan dengan 4 cara.<sup>10</sup>

- a. Melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk
- b. Uji validitas dengan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$
- c. Uji validitas dengan perbandingan  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$
- d. Uji analisis factor

<sup>9</sup> Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif.....* hlm. 193.

<sup>10</sup> Danang Suryoto, *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*, (Cet, 1; Yogyakarta, Gava Media, 2012), hlm. 55-74

Untuk menguji validitas setiap butir soal maka skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dikorelasikan dengan skor totalnya. Skor tiap butir soal dinyatakan skor X dan skor total dinyatakan sebagai skor Y, dengan diperolehnya indeks validitas setiap butir soal, dapat diketahui butir-butir soal manakah yang memenuhi syarat dilihat dari indeks validitasnya.<sup>11</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas disini menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil persepsi atau variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian reliabilitas meliputi stabilitas ukuran dan konsistensi internal ukuran. Stabilitas ukuran menunjukkan kemampuan sebuah ukuran untuk tetap stabil atau tidak rentan terhadap perubahan situasi apapun. Kestabilan ukuran dapat membuktikan kebaikan (*goodness*) sebuah ukuran dalam mengukur sebuah konsep. Terdapat 2 jenis uji stabilitas yaitu test-retest reliability dan reliabilitas bentuk paralel (*parallel form reliability*).<sup>12</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

Suatu model dikatakan cukup baik dan dapat dipakai untuk memprediksi apabila sudah lolos dan tidak menyimpang dari seragkaian uji asumsi kalsik sehingga dipastikan tidak bias linier. Uji asumsi klasik dilakuka jika menggunakan prosedur regresi linier dengan menggunakan data silang (*cross section*), data runtun waktu (*time series*), atau data panel yang

---

<sup>11</sup> Syahrsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Cet. 12; Jakarta, PT. Rineka Cipts,) hlm. 78.

<sup>12</sup> Danang Sunyoto, *Op. Cit.* hlm. 35.

merupakan gabungan data silang dan data waktu.<sup>13</sup> Uji Asumsi Klasik dari penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari setiap model regresi, variabel dependen dan independen terdistribusi normal atau tidak. Uji signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat akan valid bila residual berdistribusi normal atau mendekati normal. Keputusan terdistribusi normal atau tidaknya residual secara sederhana dengan menggunakan *Jarque-Bera test* atau tes J-B, membandingkan J-B hitung dengan  $X^2$  tabel. Jika J-B hitung < nilai  $X^2$  tabel maka data berdistribusi normal atau nilai probability < derajat kepercayaan yang ditentukan (umumnya 5% atau 0,05). Selain itu normalitas data dapat dideteksi dengan melihat bentuk kurva histogram dengan kemiringan seimbang ke kiri dan ke kanan dan berbentuk seperti lonceng atau dengan melihat titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal dari gambar Normal P-Plot.<sup>14</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang linear (interkorelasi) yang kuat atau sempurna antara variabel bebas dalam persamaan regresi. Uji multikolinieritas

---

<sup>13</sup> Joatha Sarwono, *Prosedur –prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi da Tesis dengan Eviews*, (Yogyakarta: Gava Media), hlm.161

<sup>14</sup> Adi Nugroho, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Dengan Metodologi Berorientasi Objek*, (Bandung: Informatika. 2005), hlm. 23.

menggunakan *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/\textit{tolerance}$ ) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Bila korelasi antara dua variabel bebas melebihi 90% atau nilai  $VIF \geq 10$  maka terjadi multikolinieritas. Namun bila  $VIF \leq 10$  tidak terjadi multikolinieritas.<sup>15</sup>

c. Uji Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Masalah autokorelasi biasa ditemukan jika menggunakan data time series. Model regresi yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan uji statistik melalui uji Durbin-Watson (DW test), dengan cara membandingkan antara DW statistik dengan DW tabel. 46 Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Imam Gozhali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Undip. 2011), hlm. 106.

- 1) Bila nilai DW berada di bawah -2 ( $DW < -2$ ) berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Bila nilai DW di antara -2 sampai dengan 2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Bila nilai DW sebesar 2 atau lebih ( $DW \geq 2$ ), maka terdapat autokorelasi negatif.

d. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variabel pengganggu dimana memiliki varian yang berbeda dari satu observasi ke observasi lainnya atau varian antar variabel independen tidak sama. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Perbedaan varian antar variabel independen dari satu observasi ke observasi lainnya melanggar asumsi homokedastisitas, yaitu setiap variabel penjelas memiliki varian yang sama (konstan). Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser, yaitu dengan melihat nilai signifikansi yang lebih besar dari tingkat  $\alpha = 5\%$  (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.<sup>16</sup>

## H. Hipotesis Statistik

---

<sup>16</sup> Imam Ghozali, *Ibid*, hlm. 125-129.

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan (X1) dan kepercayaan (X2) masyarakat terhadap minat (Y) penggunaan kartu kredit syariah.

### 1. Analisis Multivariat (Regresi Linear Berganda)

Analisis untuk menjawab rumusan ketiga dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X1,X2,..X3,..Xn) dengan variabel dependen (Y). Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Ket :

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

b1b2 = koefisien masing-masing variabel bebas X1 = *quality value*

X2 = *social value*

e = standar eror

### 2. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 (5%). Untuk menguji uji t dengan cara *quick lock*, yaitu melihat nilai probability dan derajat

kepercayaan yang ditentukan dalam penelitian atau melihat t tabel dan t hitungnya.

Kriteria dalam model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{statistik} < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $t_{statistik} > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 3. Analisis Pengaruh secara Simultan (Uji F)

Menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Dalam menguji variabel independen terhadap variabel independen pada uji f yang dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ , dan dengan melihat signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 0,05$  (5%). Pengambilan kesimpulan pada penelitian ini dengan melihat kriteria berikut :

- a. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.



#### **4. Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi adalah koefisien yang mengukur besarnya kontribusi variasi X terhadap variasi Y. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas dan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah Bank Rakyat Indonesia**

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirajaatmaja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau “Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyai Purwokerto”, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintahan No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian *Renville* pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Melalui PERPU No. 41 tahun 1960, dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) pelepasan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia

dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan satu bulan, keluar Penpres No.17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru tersebut, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Pada awal tahun 2019, BRI mengakuisisi salah satu anak usaha Bahana Artha Vantura, yakni Sarana NTT Ventura, dan mengganti namanya menjadi BRI Ventura, sebagai bagian dari rencana perusahaan untuk masuk ke bisnis modal ventura.

Pada akhir tahun 2019, BRI mengakuisisi salah satu unit usaha Yayasan Kesejahteraan Pekerja BRI, yakni Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur, atau lebih dikenal sebagai BRINS, sebagai bagian dari rencana perusahaan untuk masuk ke bisnis asuransi umum.

## **B. Visi-Misi Bank Rakyat Indonesia**

Visi : Menjadi *The Most Valuable* Bank di Asia Tenggara dan *Home to the Best Talent*.

- Misi :
- Memberikan yang terbaik. Melakukan kegiatan perbankan dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi.
  - Menyediakan Pelayanan yang Prima. Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*performance-driven-culture*), teknologi informasi yang handal dan *future ready*, dan jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operasional dan *risk management excellence*.
  - Bekerja dengan Optimal dan Baik. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

## **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

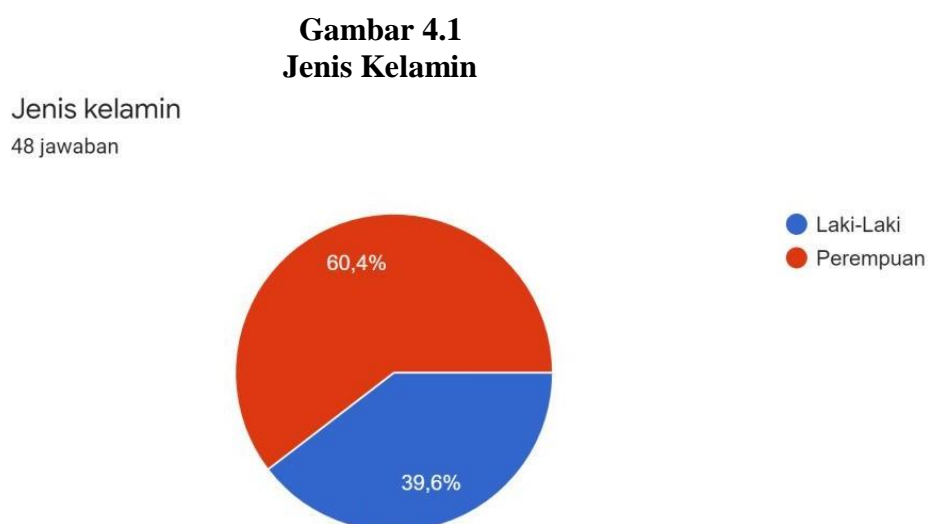
### **1. Karakteristik Responden**

Pada penelitian ini, peneliti menyajikan analisis data hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang disebarkan terhadap responden yang merupakan nasabah Bank BRI yang disebarkan

pada bulan Februari 2021. Jenis pertanyaan dalam kuesioner yang disebarakan merupakan penilaian responden atau nasabah terhadap *social value*, *quality value*, dan kepuasan nasabah pada aplikasi BRImo. Setiap pertanyaan yang diajukan diharapkan mendapatkan jawaban yang merupakan cerminan dari kondisi yang sebenarnya dialami oleh pengguna aplikasi BRImo saat menggunakannya. Setelah data-data hasil dari kuesioner terkumpul dan diolah dengan menggunakan paket program SPSS, maka hasil itu diperhitungkan melalui perhitungan statistik untuk lebih mendalami hasil penelitian.

Gambaran dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, pendidikan, dan pekerjaan sebagai berikut:

#### a. Jenis Kelamin Responden

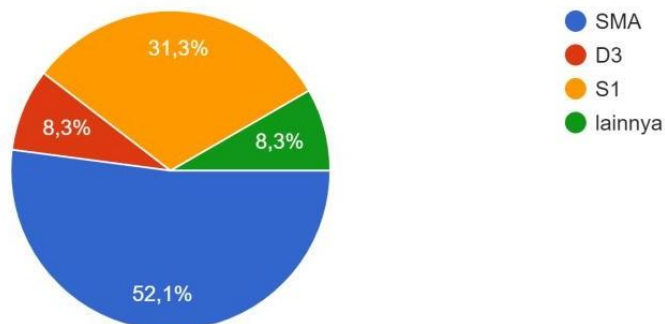


Berdasarkan hasil data responden menurut jenis kelamin, dapat diketahui bahwa total responden sebanyak 48 orang. Dari jumlah tersebut komposisi laki-laki sebanyak 19 orang atau 39,6%, sementara untuk perempuan sebanyak 29 orang atau 60,4%.

**b. Latar Belakang Pendidikan Responden**

**Gambar 4.2**  
**Latar Belakang Pendidikan**

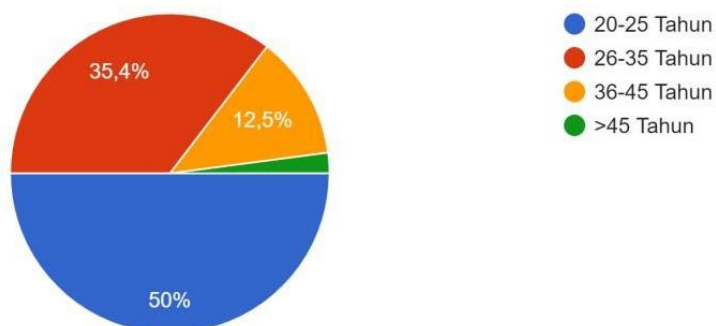
Pendidikan Terakhir  
48 jawaban



Latar belakang pendidikan atau pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden, sebanyak 25 orang atau 52,1% responden memiliki pendidikan akhir SMA/Sederajat, 15 orang atau 31,3% berpendidikan akhir S1, 4 orang atau 8,3% responden berpendidikan akhir D3. Dan 4 orang atau 8,3% memilih lainnya (S2/lebih).

**c. Kelompok Usia Responden**

**Gambar 4.3**  
**Usia Responden**



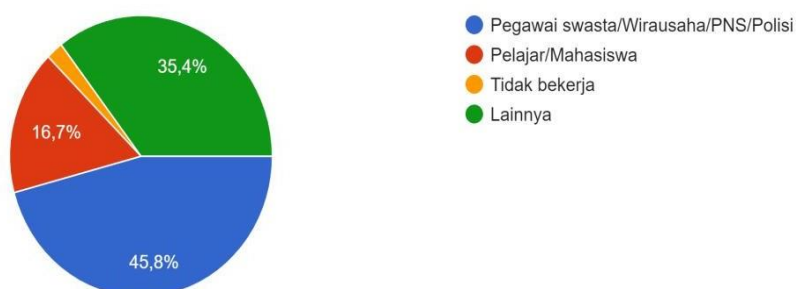
Hasil dari data responden berdasarkan kelompok usia, sebanyak 24 orang atau 50% responden berada pada kategori usia antara 20-25

tahun, sebanyak 17 orang atau 35,4% berada pada kategori usia antara 26-35 tahun, sebanyak 6 orang atau 12,5% berada pada usia antara 36-45 tahun, dan hanya ada 1 orang yang berada pada usia antara >45 tahun atau 2,1%. Dengan data tersebut berarti menandakan pengguna aplikasi BRImo banyak pada kalangan anak muda atau remaja, sesuai dengan target sasaran yang ingin dicapai oleh aplikasi BRImo yaitu kalangan milenial.

#### d. Pekerjaan Responden

**Gambar 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

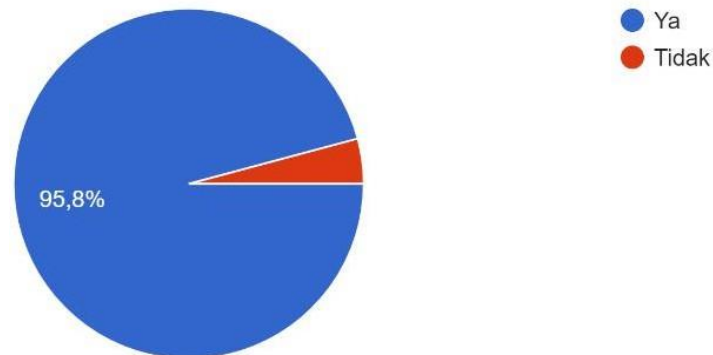
Pekerjaan  
48 jawaban



Dari data yang diperoleh melalui kuesioner responden yang bekerja sebagai pegawai swasta/wirausaha/PNS/Guru/Polisi sebanyak 22 orang atau 45,8%, yang masih pelajar/mahasiswa sebanyak 8 orang atau 16,7%, sedangkan yang tidak bekerja sama sekali/ pengangguran sebanyak 1 orang atau 2,1%, ada juga responden yang mengisikan pekerjaan lainnya yaitu sebanyak 17 orang atau 35,4%.

## 2. Screening

**Gambar 4.5**  
**Transaksi menggunakan BRI**



Nasabah sering bertransaksi di Bank Rakyat Indonesia dengan presentasi 95,8% dan 4,2% tidak sering bertransaksi di Bank Rakyat Indonesia.

## 3. Aspek Perbankan

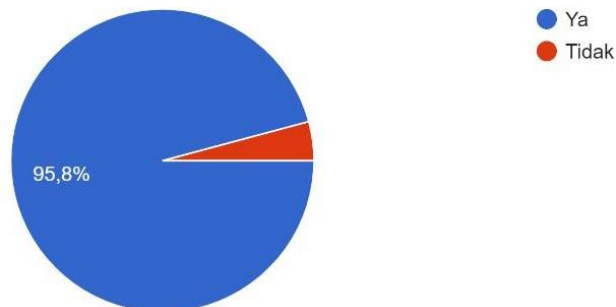
**Gambar 4.6**  
**Transaksi Ekonomi di Perbankan**



Dengan hasil responden diatas nasabah mengetahui sebagian besar transaksi ekonomi yang dilakukan melalui jasa perbankan dengan presentasi 97,9% menjawab iya dan 2,1% menjawab tidak.

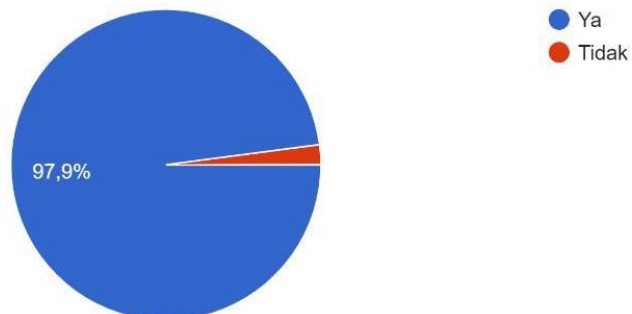


**Gambar 4.7**  
**Layanan *Electronic Banking***



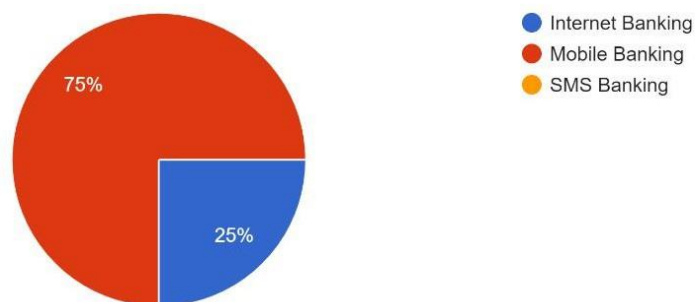
Presentasi 95,8 mengetahui bahwasannya perbankan memiliki layanan *Electronic Banking* dan 4,2% tidak mengetahui.

**Gambar 4.8**  
**Menggunakan Jasa *Elektronik Banking***



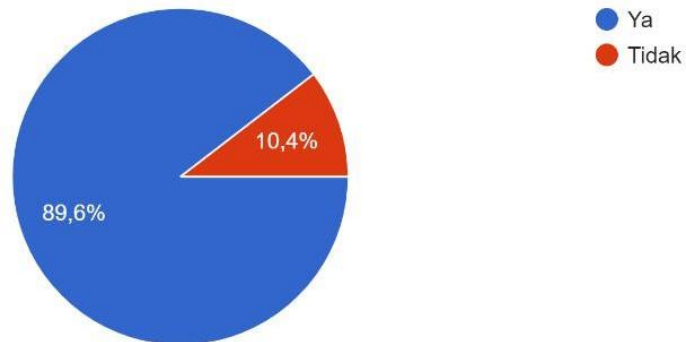
Nasabah dengan presentasi 97,9% menjawab iya menggunakan jasa *elektronik banking* dan 2,1% menjawab tidak.

**Gambar 4.9**  
**Penggunaan jasa *Electronic Banking***



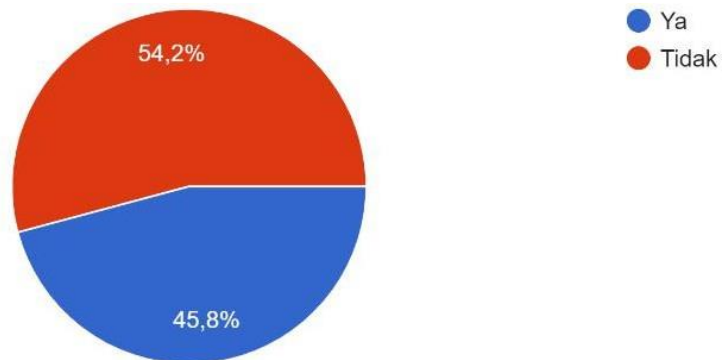
Nasabah menggunakan jasa *Electronic Banking* dengan presentasi 75% dengan *mobile banking* dan 25% menjawab dengan *internet banking*.

**Gambar 4.10**  
**Penggunaan secara rutin *Electronic Banking***



Nasabah yang menggunakan *Electronic Banking* secara rutin dengan presentasi 89,6% dan 10,4% tidak rutin.

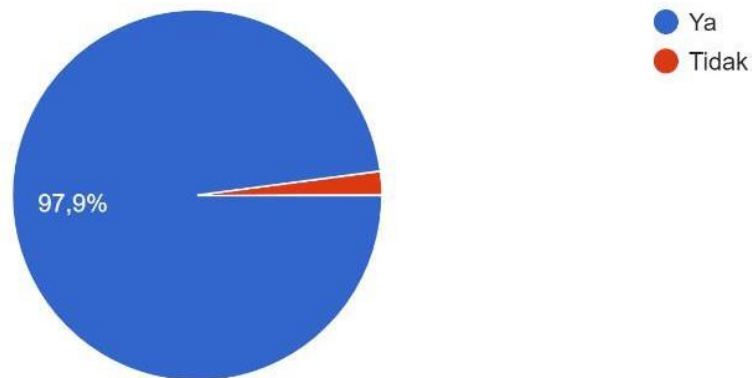
**Gambar 4.11**  
**Kesulitan Nasabah**



Responden/nasabah merasa kesulitan menggunakan jasa *Electronic Banking* dengan presentasi 45,8% menjawab iya dan 54,2% menjawab tidak.

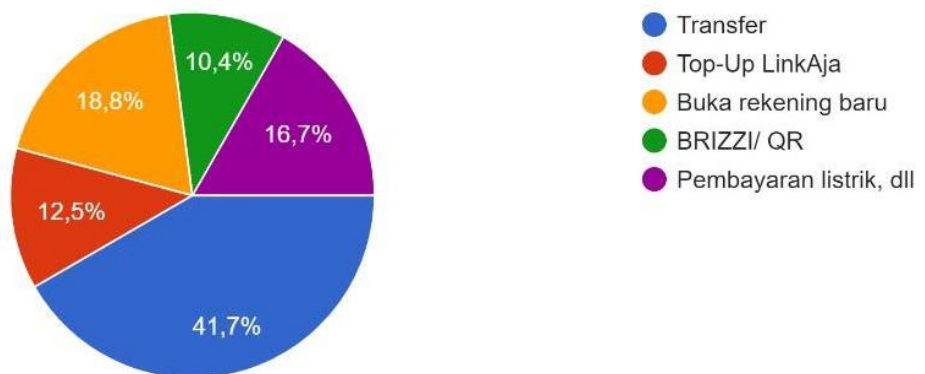
#### 4. Aspek BRImo

**Gambar 4.12**  
**Nasabah mengetahui aplikasi BRImo**



Presentasi nasabah yang mengetahui aplikasi BRImo dengan presentasi 97,9% menjawab iya dan 2,1% menjawab tidak.

**Gambar 4.13**  
**Penggunaan Fitur Transaksi**



Jawaban responden tentang penggunaan fitur pada aplikasi BRImo yang paling sering digunakan yaitu dengan presentasi 41,7% dengan transfer, 12,5% dengan Top-Up LinkAja, 18,8% dengan buka rekening baru, 10,4% dengan BRIZZI/QR dan 6,7 dengan pembayaran listrik dll.

#### D. Analisis Deskriptif Data

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan deskripsi data dari seluruh variabel yang akan dimasukkan dalam model penelitian. Hasil dari tabulasi data *social value* dan *quality value* pada kepuasan nasabah dalam nilai minimum, maksimum, mean dan standart deviasi untuk masing-masing variabel. Berikut output SPSS dari analisa deskriptif data variabel yang telah diolah :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Penghitungan Analisis Deskriptif Data**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	48	15	24	19.13	1.468
X2	48	15	23	20.21	1.786
Y	48	12	19	15.60	1.440
Valid N (listwise)	48				

1. Dari hasil diatas diketahui nilai *social value* ( $X_1$ ) minimum sebesar 15 sedangkan nilai maximum 24 dan nilai rata-rata 19,13 dengan standar deviation 1.468
2. Dari hasil diatas diketahui nilai *quality value* ( $X_2$ ) minimum sebesar 15 sedangkan nilai maximum 23 dan nilai rata-rata 20.21 dengan standar deviation 1.786
3. Dari hasil diaas diketahui nilai kepuasan nasabah (Y) minimum sebesar 12 sedangkan nilai maximum 19 dan nilai rata-rata 15.60 dengan standar deviation 1.440

## E. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Validasi

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keahian suatu instrument (alat ukur). Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam hal ini peneliti mencoba untuk mengetahui apakah instrument ini valid atau tidaknya sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Uji Validasi *Social value* (X<sub>1</sub>)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel 5% (48)</sub>	Keterangan
1	0,289	0.2787	Valid
2	0,617	0.2787	Valid
3	0,324	0.2787	Valid
4	0,595	0.2787	Valid
5	0,425	0.2787	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS

Pada tabel diatas dinyatakan variabel *social value* (X<sub>1</sub>) dikatakan valid karena nilai korelasi > 0.2787.

**Tabel 4.3**  
**Uji Validasi *Quality value* (X<sub>2</sub>)**

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel 5% (48)</sub>	Keterangan
1	0,586	0.2787	Valid
2	0,700	0.2787	Valid
3	0,600	0.2787	Valid
4	0,570	0.2787	Valid
5	0,598	0.2787	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS

Pada tabel diatas dinyatakan variabel *quality value* (X<sub>2</sub>) dikatakan valid karena nilai korelasi > 0.2787.

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Ketiga**

No Item	Rsy	rtabel5%(48)	Keterangan
1	0,559	0.2787	Valid
2	0,591	0.2787	Valid
3	0,730	0.2787	Valid
4	0,690	0.2787	Valid

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS

Pada tabel diatas dinyatakan variabel Kepuasan nasabah (Y) dikatakan valid karena nilai korelasi  $> 0.2787$ .

## 2. Uji Realibilitas

Uji relisibilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha*. Uji signifiaksi pada taraf  $\alpha = 0.05$ . Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  (0.2787).

**Tabel 4.5**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Rsy	rtabel5%(48)	Keterangan
<i>Social value</i> ( $X_1$ )	0,457	0.2787	Reliabel
<i>Quality value</i> ( $X_2$ )	0,165	0.2787	Reliabel
Kepuasan Nasabah(Y)	1,00	0.2787	Reliabel

Hasil uji reabilitas diperoleh nilai koefisien reabilitas anget  $X_1$  sebesar 0.664, anket  $X_2$  sebesar 0,934 dan anket Y sebesar 0.655. Berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa semua anket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui data pada setiap variable berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas

dilakukan pada variable Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Nasabah (Y). Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS hasil dari table *One Sample Kolmogorov-Smirnov* test diperoleh angka probabilitas atau *Asymp Sig (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05. Menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika *Asymp sig (2-tailed)* > 0,05 maka distribusi data adalah normal.
- 2) Jika *Asymp sig (2-tailed)* < 0,05 maka distribusi data adalah tidak normal.

Uji normalitas data dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS dan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		48	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.28111978	
Most Extreme Differences	Absolute	.176	
	Positive	.176	
	Negative	-.100	
Test Statistic		.176	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.093 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

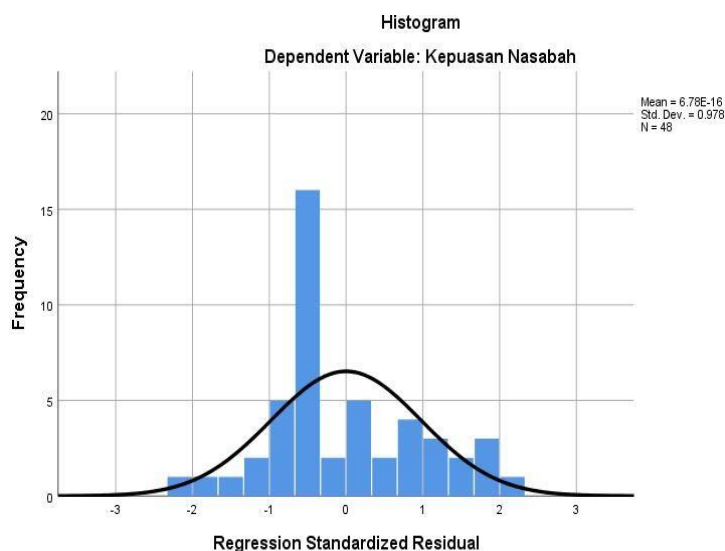
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada table 4.6 dapat diketahui bahwa hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai yang tidak

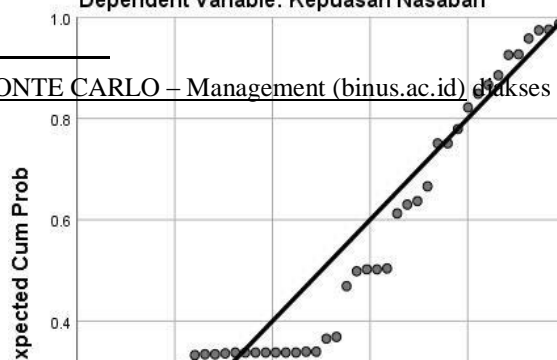
memenuhi hasil signifikan yaitu 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ). Dengan demikian disini peneliti menggunakan metode *Monte Carlo* untuk mengetahui hasil dari uji normalitas tersebut. Metode *Monte Carlo* adalah percobaan pada unsur peluang (atau bersifat probabilistik) dengan menggunakan pengambilan sampel secara acak. Jadi Metode *Monte Carlo* adalah sebuah teknik simulasi yang menggunakan unsur acak ketika terdapat peluang dalam perilakunya.<sup>1</sup> Dan diketahui nilai signifikan pada Metode *Monte Carlo* yaitu 0,093 yang berarti lebih besar dari 0,05 ( $0,093 > 0,05$ ). Dengan demikian residual data telah terdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.14**  
**Histogram**



**Gambar 4.15**  
**Normal P-P Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



<sup>1</sup> SIMULASI MONTE CARLO – Management (binus.ac.id) diakses 31 maret 2021, pukul 18:18 pm



Dari gambar histogram diatas bisa kita simpulkan bahwa uji normalitas ini dikatakan normal. Dimana pada histogram penunjuk frekuensinya memunculkan grafik gelombang keatas yang artinya data ini bisa dikatakan normal begitu juga dengan uji pada P-Plot dimana titik-titik datanya menyebar searah dengan kurva.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Jika tergejala multikolinearitas, maka model regresi menjadi buruk karena beberapa variabel akan menghasilkan parameter yang mirip sehingga dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka terdapat gejala multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 maka tidak ada gejala multikolinearitas. Setelah data diolah maka diperoleh hasil uji sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.960	2.853		2.439	.019		
	Sosial value	.446	.139	.454	3.212	.002	.880	1.137
	Quality value	.006	.114	.008	.053	.958	.880	1.137

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan table di atas, nilai VIF sebesar 1,137 (kurang dari sepuluh) dan *tolerance* sebesar 0,880 (lebih besar dari 0,10) menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi ini.

**c. Uji Autokolerasi**

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara residual antar waktu pada sampel model penelitian yang digunakan, sehingga estimasi menjadi bias (yang disebut dengan autokolerasi). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari gejala autokolerasi. Untuk mendekteksi ada atau tidaknya autokolerasi salah satunya dengan membandingkan hasil uji *Dubrin-Waston* dari data penelitian ini setelah diolah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.457 <sup>a</sup>	.209	.173	1.309	1.560

a. Predictors: (Constant), *Quality value*, *Social value*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.9**  
**Hasil Durbin Watson**

D	Dl	Du	4-dl	4-du

1,560	1,4500	1,6231	2,55	2,3769
-------	--------	--------	------	--------

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,560. Karena nilai 1,560 lebih besar dari 1,4500, maka diasumsikan tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi ini.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu apabila kesalahan atau residual yang diamati tidak dimiliki varian yang konstan. Kondisi heteroskedastisitas sering terjadi pada data *cross section*, atau data yang diambil dari beberapa responden pada suatu waktu tertentu.

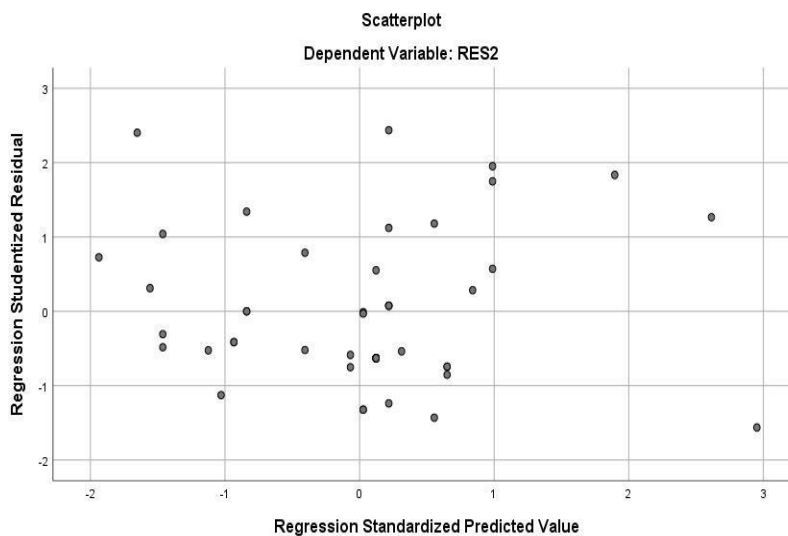
Salah satu metode untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan membuat *scatter-plot* antara *Standardized Residual* (ZRESID) dan *Standardized Predicted Value* (Y topi). Berikut hasil pengujian data untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas atau tidak :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.876	1.687		1.705	.095
	<i>Social value</i>	-.014	.082	-.027	-.173	.863
	<i>Quality value</i>	-.079	.067	-.182	-1.170	.248

a. Dependent Variable: RES2

**Gambar 4.16**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Dari data di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas adalah  $0,863 > 0,05$  dan  $0,248 > 0,05$ . Yang berarti terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Gambar output *scatterplots* diatas juga menunjukkan titik data menyebar diatas dan bawah, paling banyak di sekitar angka 0 dan penyebarannya tidak berpola. Hal ini mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas.

#### 4. Pengujian Hipotesis Statistik

##### a. Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis pertama dapat dilakukan dengan menginterpretasikan hasil uji hubungan semua variabel bebas dan terikat secara bersamaan yang ditampilkan di dalam table berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.960	2.853		2.439	.019
	Social value(X1)	.446	.139	.454	3.212	.002
	Quality value(X2)	.006	.114	.008	.053	.958

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah(Y)

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linier berganda maka di dapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai transaksi nasabah pada Bank Rakyat Indonesia sebagai berikut :

$$Y = 6,960 - 0,446X_1 + (-0,006)X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan:

- 1) Konstanta menunjukkan angka sebesar 6,960 yang berarti tanpa variabel independen atau bila  $X_1$  dan  $X_2 = 0$ .
- 2) Koefisien variabel  $X_1$  (*Social value*) memiliki nilai 0,446 dari data diatas sedangkan nilai signifikansi yaitu 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Maka variabel  $X_1$  (*Social value*) tidak pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah).
- 3) Koefisien variabel  $X_2$  (*quality value*) memiliki nilai 0,006 dari data diatas sedangkan nilai signifikan yaitu 0,958 yang lebih besar dari 0,05. Maka variabel  $X_2$  (*quality value*) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan nasabah). Hubungan variabel ini dapat dijelaskan bahwa *quality value* berhubungan negatif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### b. Uji t Statistik (Uji Parsial)

Uji t statistik digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Uji t dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi (Sig). jika nilai signifikan < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), namun jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji t Statistik (Uji Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.960	2.853		2.439	.019
	<i>Social value</i>	.446	.139	.454	3.212	.002
	<i>Quality value</i>	.006	.114	.008	.053	.958

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Dalam tabel diatas dinyatakan  $t_{\text{tabel}}$  ialah 1.67943 hasil dari 0,025 ; 45. Variabel *social value* menghasilkan  $t_{\text{hitung}}$  3,212 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_1$  adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel *quality value* menghasilkan  $t_{\text{hitung}}$  bernilai 0,053 dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,958 berarti tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

### c. Uji F statistik (Uji Simulasi)

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji model yaitu uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebas

terhadap variabel terikat dan untuk menguji apakah model regresi yang ada signifikan atau tidak signifikan. Uji dapat dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Berikut output IBM SPSS 26 dari hasil pengujian model:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji F Statistik (Uji Simulasi)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.340	2	10.170	5.933	.005 <sup>b</sup>
	Residual	77.140	45	1.714		
	Total	97.479	47			

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), *Quality value*, *Social value*

Pada tabel ANOVA di atas  $F_{hitung}$  sebesar 5,933 nilainya lebih besar di banding  $F_{tabel}$  (3,20) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan nasabah.

Signifikansi uji 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan nasabah.

#### d. Uji Determinasi

Kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya nilai koefisiensi determinan ( $R^2$ ), yang berada antara nol dan satu, atau 0% hingga 100%. Apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati angka 1, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan

variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Berikut adalah hasil pengujian tingkat determinasi model regresi.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.457 <sup>a</sup>	.209	.173	1.309

a. Predictors: (Constant), *Quality value*, *Social value*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,209. Hal ini menunjukkan 20,9% nilai kepuasan nasabah dipengaruhi oleh dua variabel independen dalam model penelitian ini (*social value* dan *quality value*). Sedangkan sisanya (79,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

## 5. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis customer value terhadap pengguna aplikasi BRImo pada Bank Rakyat Indonesia yang berada di Sawangan. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan 48 kuesioner yang disebar kepada masyarakat Sawangan yang menggunakan aplikasi BRImo. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut :

### a. Pengaruh *Social Value* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil pengujian berdasarkan *output* statistik menunjukkan bahwa *social value* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam analisis *customer value* terhadap pengguna aplikasi BRImo pada



masyarakat Sawangan. Dan apabila semakin naik *social value* maka semakin naik pula kepuasan nasabah dalam analisis *customer value* terhadap pengguna aplikasi BRImo pada masyarakat Sawangan. Alasan *social value* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo karena pihak Bank telah menyediakan aplikasi BRImo yang banyak manfaatnya dan memiliki fitur yang lengkap. Jika suatu Bank memberikan pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan aplikasi BRImo, maka hal ini dapat mempengaruhi nilai sosial masyarakat terhadap kepuasan nasabahnya. Menurut peneliti Mohammad Ridwan, Palupiningdyah Palupiningdyah, Keberhasilan suatu produk ditentukan dengan seberapa tinggi nilai suatu produk tersebut dimata pelanggan. Nilai inilah yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan.<sup>2</sup>

Berdasarkan tabel hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel *social value* menghasilkan  $t_{hitung}$  3,212 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_1$  adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### **b. Pengaruh *Quality Value* Terhadap Kepuasan Nasabah**

Dapat disimpulkan bahwa alasan *quality value* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah nasabah dalam analisis *customer value* terhadap pengguna aplikasi BRImo pada masyarakat

---

<sup>2</sup> Ridwan M, Palupiningdyah P. "Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial dan Nilai Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan". 11Jun.2014di akses pada 3 Mar.2022 vol 3 No 1. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/3310>

Sawangan. Dan apabila semakin turun *quality value* maka semakin turun pula kepuasan nasabah dalam analisis *customer value* terhadap pengguna aplikasi BRImo pada masyarakat Sawangan. Alasan *quality value* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRImo karena kurang adanya edukasi dan keunggulan tentang penggunaan BRImo dalam kegiatan sehari-hari kepada masyarakat Sawangan dari pihak bank serta kuatnya persaingan antara pihak bank lainnya. Menurut peneliti Rahma Novita Sari. Seiringa dengan perkembangan zaman, banyak hal yang harus dilakukan oleh bank BRI untuk meningkatkan kualitas layanan BRI *Mobile* untuk dapat bersaing dengan bank lainnya yang menyediakan layanan *Mobile Banking*. Dengan menggunakan kualitas layanan yang terdiri dari kepercayaan, akurasi, kecepatan, dan keamanan diharapkan dapat mengetahui nasabah yang menggunakan layanan BRI *Mobile*.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel *quality value* menghasilkan  $t_{hitung}$  bernilai 0,053 dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,958 berarti tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**c. Pengaruh *Social Value* dan *Quality Value* Terhadap Kepuasan Nasabah**

---

<sup>3</sup> Rahma Novita Sari, “*Pengaruh Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah,*” (Kalimantan: Universitas Telkom 2015) hlm. 1

Uji F memperoleh hasil  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan nasabah. Signifikansi uji 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan nasabah.

Hal ini menunjukkan 20,9% nilai kepuasan nasabah dipengaruhi oleh dua variabel independen dalam model penelitian ini (*social value* dan *quality value*). Sedangkan sisanya (79,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian Linear Berganda menunjukkan bahwa Koefisien variabel  $X_1$  (*Social Value*) memiliki nilai 0,446 dari data diatas sedangkan nilai signifikansi yaitu 0,002 yang lebih kecil; dari 0,05. Maka variabel  $X_1$  (*Social value*) tidak pengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah). Koefisien variabel  $X_2$  (*Quality value*) memiliki nilai 0,006 dari data diatas sedangkan nilai signifikansi yaitu 0,958 yang lebih besar dari 0,05. Maka variabel  $X_2$  (*Quality value*) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan nasabah).
2. Hasil analisis dari Uji t yaitu dinyatakan  $t_{tabel}$  ialah 1.67943 hasil dari 0,025 ; 45. Variabel *social value* menghasilkan  $t_{hitung}$  3,212 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_1$  adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan variabel *quality value* menghasilkan  $t_{hitung}$  bernilai 0,053 dengan tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,958 berarti tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
3. Hasil dari Uji F yaitu,  $F_{hitung}$  sebesar 5,933 nilainya lebih besar di banding  $F_{tabel}$  (3,20) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel

kepuasan nasabah. Signifikansi uji 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel *social value* dan *quality value* secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel kepuasan nasabah.

4. Variabel  $X_1$  (*Social value*) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah), sedangkan variabel  $X_2$  (*Quality value*) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan nasabah), karena kualitas menunjukkan baik/tidaknya aplikasi BRImo, sehingga dengan kualitas yang baik pada aplikasi BRImo banyak nasabah yang merasa puas menggunakan aplikasi tersebut.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Analisis *Customer Value* Terhadap Pengguna Aplikasi BRImo” dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan penelitian “peneliti” harus melakukan protokol kesehatan karena mengingat kondisi keadaan saat ini (Covid19), agar semua pihak merasa aman tanpa khawatir akan penularan virus Covid19.
2. Sebaiknya pihak Bank memberikan informasi khusus terkait pembaharuan aplikasi kepada nasabah lama, sehingga nasabah dapat lebih cepat beralih dari aplikasi lama ke aplikasi baru (yang lebih canggih).
3. Dari penelitian ini didapat kolerasi antara *social value*, *quality value*, dengan kepuasan nasabah yang cukup kuat terhadap citra perusahaan (Bank Rakyat Indonesia). Namun untuk membentuk citra perusahaan yang semakin baik lagi maka perlu adanya penelitian nilai-nilai lain untuk

mengetahui dan men menjadi bahan evaluasi bagi Bank Rakyat Indonesia terutama pada aplikasi BRImo.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

Adi Nugroho, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Dengan Metodologi Berorientasi Objek*, Bandung: Informatika. 2005.

Albrecht, K, *The Northbound Train*. New York: Amacom, 1994.

Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Danang Suryoto, *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*, Cet, 1; Yogyakarta, Gava Media, 2012.

Imam Gozhali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Undip. 2011.

Joatha Sarwono, *Prosedur –prosedur Analisis Populer Aplikasi Riset Skripsi da Tesis dengan Eviews*, Yogyakarta: Gava Media.

Kothler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2005.

Kuntjojo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Indeks, 2009.

Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.

Nora Anisa. B.S, Hengki Tamando. S, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, Sumatera: IOCS Publisher, 2021.

Setijani. E, Pudjo Sugioto, Sumartono. *Manajemen Bisnis, Three Pillars of Business*. Malang: Media Nusa Creative, cetakan 1. 2019.

Syahrsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. 12, Jakarta: PT. Rineka Cipts.

Idris Prakkasi, *Pemasaran Syariah Era Digital*, Bogor: Lindan Bestari, 2020.

### Skripsi :

Aziz, Rohmatul. *Tekhnik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Cirebon: IAIN Syekh Nurjati, 28 Januari 2013) :

<https://rachmatul4212.wordpress.com/2013/01/28/teknik-pengumpulan-data-dalam-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif/>.

Khairiyah D, Melda Yunita. *Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas Dan Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Tvs Di Kota Bengkulu*. [file:///C:/Users/ACER/Downloads/606-Article%20Text-1646-1-10-20180801%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ACER/Downloads/606-Article%20Text-1646-1-10-20180801%20(2).pdf).

Rahma Novita Sari, *Pengaruh Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah*, Kalimantan: Universitas Telkom. 2015.

Rahma Novita Sari, *Pengaruh Layanan BRI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah*, Kalimantan: Universitas Telkom 2015.

Ridwan M, Palupiningdyah P. *Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial dan Nilai Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan*. vol 3 No 1. 2014. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/3310>

Yuliansyah, Yogi. *Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*. Yogyakarta: Diligib. UIN-SUKA, 2017.

Yohana, Okta. *Analisis Pengaruh Pelayanan Mobile banking Terhadap kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*. Yogyakarta, 2020.

#### **Website:**

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *Tentang BRI* : <https://bri.co.id/tentang-bri>.  
BANKIR.ID. *3 cara Isi Saldo TBank BRI Lewat Agen & Mobile Banking* : <https://bankir.id/cara-isi-saldo-tbank-bri/>.

Cermati.com *Mengenal Mobile Banking, Apa Keunggulan dan Kekurangannya?*, (25 Desember 2015) : <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>

Dewi Erelina Amelia. *Pandemi Covid-19, Transaksi Mobile Banking BRI Naik 61%*. : <https://economy.okezone.com/read/2020/05/05/11/2209370/transaksi-di-brimo-manjadi-favorit-masyarakat-di-tengah-pandemi-covid-19>.

Dosen Pendidikan 3, *Populasi Adalah - 20 Pengertian Menurut Para Ahli*. Edited by DosenPendidikan.com, 2014 :



<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-populasi-menurut-para-ahli/>.

Evitasari, Ika. *Pengertian Sampel Menurut Para Ahli*. Edited by Ruang Guru.com : [https://ruangguru.co/pengertian-sampel/#pengertian\\_sampel\\_menurut\\_para\\_ahli](https://ruangguru.co/pengertian-sampel/#pengertian_sampel_menurut_para_ahli).

Gilar Ramdhani, *Beri Kemudahan Milenial Transaksi Perbankan, BRI Lumcurkan Aplikasi BRImo* : [https://m.liputan6.com/bisnis/read/3905563/beri-kemudahan-milenial-transaksi-perbankan-bri-lumcurkanaplikasi-brimo?utm\\_campaign=share\\_top](https://m.liputan6.com/bisnis/read/3905563/beri-kemudahan-milenial-transaksi-perbankan-bri-lumcurkanaplikasi-brimo?utm_campaign=share_top)

Hidayat, Anwar. *Kuantitatif Adalah Penelitian: Tujuan, Jenis-Jenis, Pengertian, Contoh, Dan* : <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html>

Humas Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran UNM, *Penelitian Deskriptif Kuantitatif*. Makassar: Universitas Negri Makasar 2018 : <https://penalaran-unm.org/deskriptif-kuantitatif/>

Otoritas Jasa Keuangan. *Bank Syariah dan Kelembagaannya*. <http://www.ojk.go.id>.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. *14 Kelebihan Fitur M Banking BRImo yang Sebaiknya Anda Tahu*, (02 Agustus 2020) : <https://promo.bri.co.id/main/promo/detail/14KelebihanFiturMBankingBRUmoyangSebaiknyaAndaTahu>.

Rizkia Khairun Nisa. *Digital Banking Kian Digemari, Pengguna BRImo Tembus 2,2 Juta Orang*". Edited by Merdeka.com (17 Oktober 2019) : <https://economy.okezone.com/read/2019/10/17/11/2118257/digital-banking-kian-digemari-brimo-tembus-2-2-juta-orang>.

[SIMULASI MONTE CARLO – Management \(binus.ac.id\)](https://www.binus.ac.id)

Teknik Elektronika. *Pengertian Skala Likert (Likert Scale) dan Menggunakannya* : <https://teknikelektorika.com/pengertian-skala-likert-likert-scale-menggunakan-skala-likert/>

Teraa.net. *Review Aplikasi BRImo Milik BRI, Fituranya Lengkap* : <https://teraa.net/brimo/>.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **1. Surat Bimbingan Skripsi**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : 67 /F.6.I-UMJ/X/2020  
Lamp : 1 (satu) bundel  
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 19 Shafar 1442 H  
07 Oktober 2020 M

Yth.  
Bpk. Saomi Rzqiyanto, M.Si  
Dosen Pembimbing Skripsi  
Fakultas Agama Islam UMJ  
di  
Tempat

*Assalamualaikum W.W.*

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi mahasiswa:

Nama : MUHDIS GHONIATUL AWLIA  
Nomor Pokok : 2017570055  
Program Studi : perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Judul : "Analisis Customer Value terhadap Pengguna Aplikasi Brimo (Studi Kasus Pada bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sawangan)"

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wabillahitaufiq Walhidayah*  
*Wassalamualaikum W.W*



- Tembusan:
1. Yth. Dekan (sebagai Laporan)
  2. Yth. Ketua Program Studi

## 2. Surat Permohonan Penelitian



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : <sup>103</sup> /F.6.-UMJ/XII/2020

Jakarta, 13 Jumadil Ula 1442 H

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

28 Desember 2020 M

Kepada Yth.  
Pimpinan BRI KCP Sawangan  
Jl. Raya Sawangan No.5 Mampang, Pancoran Mas, Depok 16433

*Assalamu'alaikum W. W.*

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : MUHDIS GHONIATUL AWLIA  
Nomor Pokok : 2017570055  
Tempat Tgl/Lahir : Depok, 23 Maret 1999  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (SI)  
No. HP : 081514128058

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

*"Analisis Costumer Value terhadap Penggunaan Aplikasi BRIMO  
(Studi Kasus pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sawangan)"*

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq walhidayah  
Wassalamu'alaikum W. W.*



a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,

*[Signature]*  
Dr. Suharsiwi, M.Pd.

Tembusan:  
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)

**3. Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM



Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MUHDIS GHONIATUL AWLIA  
No. Pokok : 2017570055  
Judul Skripsi : Analisis Costemer Value terhadap Pengguna Aplikasi Brimo (Studi Kasus Pada Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Sawang)  
Pembimbing : Saami Rizqiyanto, M.Si.  
Tgl. Berakhir : 07 April 2021  
8 April 2021 s.d. 8 April 2021



No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	24/10 2020	Perbaiki Daftar penelitian	1) Lanjutkan penelitian karena sudah mapan. 2) Harap segera buat daftar pertanyaan	
2.	1/11 2020	Kuesioner	→ Tambahkan aspek BRImo → Lanjut sebariskan kuesioner → Membuat google formulir.	
3.	24/2021 02	Studi Kasus	→ Pastikan nasabah menggunakan aplikasi BRImo	
4.	9/2021 12	BAB 4-5	→ Revisi BAB 4 dan 5	
5.	21/2021 12	BAB 1-5	→ Rapihkan kembali letak dan penulisan.	
6.	25/2021 12	Daftar Pustaka	→ Rapihkan sesuai urutan Buku, dll.	

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
7.	27/2021 12	Pembukaan.	→ Rapihkan di bagian ucapan terimakasih	
8	18/1-2022	Ace	- Ace	

Catatan : 1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.

2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan.

3. Lembar konsultasi ini harus diserahkan ke Fakultas ketika melakukan pendaftaran ujian skripsi.



#### 4. Tabel t

Upper critical values of Student's t distribution with  $\nu$  degrees of freedom

$\nu$	Probability of exceeding the critical value					
	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
1.	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	318.313
2.	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327
3.	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215
4.	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173
5.	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893
6.	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208
7.	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.782
8.	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.499
9.	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.296
10.	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.143
11.	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.024
12.	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.929
13.	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852
14.	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787
15.	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733
16.	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686
17.	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646
18.	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610
19.	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579
20.	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552
21.	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527
22.	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505
23.	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485
24.	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467
25.	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450
26.	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435
27.	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421
28.	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408
29.	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396
30.	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385
31.	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	3.375
32.	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	3.365
33.	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	3.356
34.	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	3.348
35.	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	3.340
36.	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	3.333
37.	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	3.326
38.	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	3.319
39.	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	3.313
40.	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307
41.	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	3.301
42.	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	3.296
43.	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	3.291
44.	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286
45.	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	3.281
46.	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	3.277
47.	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	3.273
48.	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	3.269
49.	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	3.265
50.	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	3.261

## 5. Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89



**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

## 6. Tabel Durbin Watson

Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

## 7. Kuesioner

### KUESIONER PENELITIAN

#### "ANALISIS CUSTOMER VALUE TERHADAP PENGGUNA APLIKASI BRImo"

(Studi Kasus Pada Masyarakat Sawangan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Pengguna Aplikasi BRImo)

Angket ini disusun, dibuat dan disebarikan dalam rangka penyusunan tugas akhir atau skripsi sebagai syarat kelulusan Strata 1 Pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sehingga demikian partisipasi bapak/ibu/sdr/i nasabah Bank Rakyat Indonesia sangat dibutuhkan dalam penyusunan ini. Diucapkan banyak terimakasih atas waktu luang yang diberikan.

#### KETENTUAN PENGISIAN

1. Terimakasih atas waktu yang diberikan. Saya sangat mengapresiasi atas yang bapak/ibu/sdr/i berikan ketika mengisi angket penelitian ini. Tanpa bantuan bapak/ibu/sdr/i saya menyadari penelitian ini tidak akan memberikan hasil sebagaimana yang diharapkan
2. Angket diisi hanya oleh nasabah Bank Rakyat Indonesia. Semua informasi pribadi yang bersifat rahasia dijamin kerahasiaannya
3. Teknik memberikan jawaban dengan cara melingkari atau memberi tanda ceklis (✓) nomor atau item pilihan yang tersedia sesuai dengan pilihan

#### CONFIDENTIAL

Informasi berikut sifatnya rahasia. Data yang berhasil dihimpun tidak akan dipublikasikan dalam hasil penelitian ataupun digunakan dalam hal yang sifatnya komersial.

Nama Responden :

Alamat Responden :

No Telp/Ponsel:

Email :

#### KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis kelamin:

- a. laki-laki
- b. Perempuan

2. Pendidikan terakhir:

- a. SMA
- b. D3
- c. S1
- d. lainnya, sebutkan...

3. Usia Anda:

- a. 20-25 Tahun
- b. 26-35 Tahun
- c. 36-45 Tahun
- >45 Tahun, sebutkan...

4. Pekerjaan:

- a. Pegawai swasta/Wirausaha/PNS/Guru/Polisi
- b. Pelajar/Mahasiswa
- c. Tidak bekerja
- d. Lainnya, sebutkan...

## SCREENING

1. Apakah bapak/ibu/sdr/i sering bertransaksi di Bank Rakyat Indonesia?
  - a. Ya
  - b. Tidak

## ASPEK PERBANKAN

1. Apakah bapak/ibu/sdr/i mengetahui jikalau sebagian besar transaksi ekonomi yang dilakukan melalui internet menggunakan jasa perbankan?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Apakah bapak/ibu/sdr/i mengetahui bahwasannya perbankan memiliki layanan *electronic banking*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Jika mengetahui, apakah bapak/ibu/sdr/i menggunakan jasa *electronick banking* (sms/mobile banking/internet banking) ketika bertransaksi ekonomi?
  - a. Ya
  - b. Tidak
4. Jika ya, apa saja *electronic banking* yang digunakan bapak/ibu/sdr/i gunakan?
  - a. SMS Banking

b. Mobile Banking

c. Internet Banking

5. Apakah bapak/ibu/sdr/i menggunakan *electronic banking* secara rutin?

a. Ya

b. Tidak

6. Apakah menggunakan *electronic banking* membuat bapak/ibu/sdr/i merasa kesulitan dalam menjalankannya?

a. Ya

b. Tidak

#### ASPEK APLIKASI BRIMO

1. Apakah anda mengetahui aplikasi BRImo?

a. Ya

b. Tidak

2. Jika anda menggunakannya fitur/transaksi apa yang paling anda sering gunakan?

a. Transfer,

b. Top-up LinkAja

c. Buka Rekening baru

d. QR, BRIZZI

e. Transaksi pembayaran listrik, dll

### ASPEK SOCIAL VALUE NASABAH

Berilah tanda ceklis (√) pada pilihan-pilihan yang tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan : SS=5 (Sangat Setuju)    TS=2 (Tidak Setuju)

S=4 (Setuju)

STS=1 (Sangat Tidak Setuju)

RR=3 (Ragu-ragu)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Aplikasi BRImo telah memahami kebutuhan pelanggan					
2.	Saya mengetahui aplikasi BRImo dari Customer Service Bank Rakyat Indonesia					
3.	Saya menggunakan aplikasi BRImo karena sebelumnya menggunakan aplikasi lama yaitu BRI mobile					
4.	Aplikasi BRImo dapat menghemat waktu penggunaan					
5.	Saya mengetahui aplikasi BRImo melalui pemasaran iklan yang ada di sosial media/televisi					

### ASPEK QUALITY VALUE NASABAH

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Aplikasi BRImo mudah dan cepat dimengerti ketika sedang registrasi					
2.	Sangat mudah untuk mendapatkan/menemukan aplikasi BRImo pada gedget					
3.	Saya menggunakan aplikasi BRImo karena kecanggihannya dari fungsi mobile banking, internet banking, dan uang					

	elektronik dalam satu aplikasi					
4.	Saya menggunakan aplikasi BRImo karena dapat langsung membuat kartu ATM tanpa harus ke Kantor					
5.	Saya menggunakan aplikasi BRImo karena mempermudah pembayaran tagihan, pembelian pulsa, serta topup Gopay/ LinkAja					

#### ASPEK KEPUASAN NASABAH

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya merasa puas menggunakan aplikasi BRImo					
2.	Saya akan menyebarkan hal-hal baik tentang aplikasi BRImo					
3.	Aplikasi BRImo harus meningkatkan kecanggihannya					
4.	Banyak yang harus diperbaiki dari pelayanan pada aplikasi BRImo					



## 8. Tabulasi Kuesioner

No	X1					X1 total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	3	3	5	4	19
2	4	4	3	5	4	20
3	4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	5	3	4	19
7	4	4	3	4	5	20
8	4	4	5	3	5	21
9	4	4	3	5	5	21
10	4	3	4	4	5	20
11	4	5	3	4	5	21
12	4	4	4	5	4	21
13	4	4	4	5	4	21
14	4	5	5	5	5	24
15	4	2	4	2	5	17
16	4	3	5	2	3	17
17	4	4	4	3	4	19
18	4	3	3	4	4	18
19	3	3	3	5	4	18
20	4	4	3	4	4	19
21	4	4	4	4	3	19
22	4	2	4	4	5	19
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	4	5	3	20
25	4	4	4	4	3	19
26	4	4	4	4	3	19
27	4	3	3	4	5	19
28	4	4	4	4	3	19
29	4	3	3	4	4	18
30	4	4	4	4	3	19
31	4	4	4	4	3	19
32	4	4	3	4	3	18
33	4	4	4	4	3	19
34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	3	4	4	18
36	4	3	4	3	4	18
37	4	3	4	3	4	18
38	4	4	3	3	3	17
39	4	3	4	3	5	19
40	4	3	4	4	3	18
41	4	4	4	5	4	21
42	4	4	3	4	4	19
43	4	3	4	4	5	20
44	3	4	4	3	5	19
45	4	3	3	4	3	17
46	5	4	4	4	3	20
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	4	4	3	19

X2					X2 total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
4	4	5	4	5	22
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	3	20
3	3	4	5	5	20
3	4	4	3	4	18
3	4	4	3	4	18
3	4	3	4	5	19
4	3	5	3	5	20
3	4	3	3	5	18
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	23
3	3	4	2	3	15
1	4	4	5	5	19
4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	5	22
4	5	4	4	5	22
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	22
4	4	4	3	4	19
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
4	4	3	4	4	19
4	3	3	3	3	16
4	4	4	3	4	19

Y				Y total
Y1	Y2	Y3	Y4	
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
3	4	4	3	14
4	4	5	3	16
5	4	5	3	17
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	5	19
5	3	3	4	15
5	4	3	4	16
5	4	3	3	15
5	4	4	3	16
5	5	4	3	17
5	5	3	2	15
4	4	3	3	14
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
4	4	3	3	14
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15

## 9. Daftar Riwayat Hidup



# Muhdis Ghoniatul awlia

**TENTANG SAYA**  
Saya anak kedua dari 2 bersaudara, saya memiliki motto hidup yang berlandaskan pada Q,5 Luqman: ayat 22 yaitu "Dan barang siapa yang berserah diri kepada Allah, sedang dia orang yang berbuat kebaikan maka sesungguhnya dia telah berpegang kepada tali yang kukuh Hanya kepada Allah kemudahan segala urusan"  
Tiada kesedihan yang kekal abadi, dan begitu pula kesenangan, tiada pula kesulitan yang selalu menimpa, dan begitu pula kemudahan.

---

**DATA DIRI**

Nama Lengkap :  
**Muhdis Ghoniatul Awlia**  
Tempat, Tanggal Lahir :  
**Depok, 23 Maret 1999**  
Alamat :  
**Jl. Jati, Rt.04/05, Kel. Kel. Sawangan Baru, Kec. Sawangan, Depok**

**INFORMASI KONTAK**  
No. HP : **081514128058**  
Email : **muhdisawlia06@gmail.com**  
Instagram : **Awlia\_mizan**

**SKILL**

- Marketing
- Administrasi kesekretariatan
- Presentasi
- Publik Speaking

**SOFTWARE**

**Word**

80%

**Exel**

75%

**Power Point**

75%

---

**PENDIDIKAN**

Sekarang : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
2017 : **MA SUNANULHUDA**  
2014 : **MTS SUNANULHUDA**  
2010 : **SDN SAWANGAN 07**

**PENGALAMAN ORGANISASI**

**2014-2015**  
- Sekretaris Sanggar Seni Sunanulhuda (53)

**2015-2016**  
Bendahara OSIS MA Sunanulhuda

**2018-2020**  
Bendahara Umum HMP MPS UMJ