



## **Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo**

**Fitriyani Ruslan<sup>1</sup>, Farid Madjojo<sup>2</sup>, Nikita Astria<sup>3</sup>**

Universitas Nuku/Jl. Sultan Mansyur Kel. Gamtufkange/Indonesia

Email: fitriyaniruslan2828@gmail.com<sup>1</sup>, madj.farid@gmail.com<sup>2</sup>,

contact.nikitaastria@gmail.com<sup>3</sup>

Citation: Ruslan, F., Madjojo, F., & Astria, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo. *Gorontalo Accounting Journal*, 6(1), 25–34. DOI: [10.32662/gaj.v6i1.2593](https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2593)

### **Artikel info**

#### **Artikel history:**

Received: 10-01-2023

Revised: 09-03-2023

Accepted: 18-03-2023

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of service quality, perceived convenience, and customer knowledge on interest in using the BRImo application at PT Bank Rakyat Indonesia Soasio Branch Office. Methods of data analysis using multiple regression analysis, measuring scale using a Likert scale. The results showed that the service quality variable had a positive but not significant effect on interest in using the BRImo application. the perceived convenience variable has a significant positive effect on the intention to use the BRImo application and the customer knowledge variable has a significant positive effect on the intention to use the BRImo application. and variables namely service quality (X1), perceived ease of use (X2), and customer knowledge (X3) simultaneously have a significant effect on interest in using (Y) the BRImo application.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, persepsi kemudahan, dan pengetahuan nasabah terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Soasio. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda, skala pengukuran menggunakan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo dan variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. serta variabel yaitu variabel kualitas layanan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan pengetahuan nasabah (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Y) aplikasi BRImo.

#### **Keywords:**

*service quality;  
perceived ease of  
use;*

#### **Corresponden author:**

Email: fitriyaniruslan2828@gmail.com

---

*intention to use*

---

## **Pendahuluan**

Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia menempati peringkat ke 6 di dunia. Hal tersebut mendorong industri perbankan untuk mengembangkan berbagai inovasi dalam peningkatan layanan berbasis digital guna memuaskan nasabahnya, Produk perbankan yang lahir dari perkembangan teknologi adalah electronic banking. Salah satu bagian dari electronic banking yang banyak digunakan yakni mobile banking. Mobile banking diciptakan kepada nasabah untuk melakukan hampir semua jenis transaksi perbankan melalui sarana internet dan smartphone, khususnya via aplikasi yang dapat diunduh.

Dari 107 bank yang ada di Indonesia, PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Tbk (Terbuka) juga menjadi salah satu bank yang menunjukkan kualitas terbaiknya di dunia digital perbankan Indonesia. BRI mencatatkan transaksi saluran elektronik atau *e-channel* yang meningkat signifikan pada kuartal II/2021. Bagi BRI, perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih gemar bertransaksi digital tersebut juga mempengaruhi pencapaian transaksi *e-channel* perseroan. Hingga kuartal kedua 2021, transaksi *e-channel* BRI tercatat sebanyak 5,7 miliar transaksi. Angka tersebut meningkat 33 persen *year on year* (YoY) dibandingkan dengan 2020. Seiring dengan penggunaan transaksi *e-channel* oleh masyarakat yang meluas, BRI pun terus memacu pengembangan digital banking, salah satunya melalui BRImo. BRImo menjadi penyumbang besar transaksi *e-channel* BRI, hal tersebut dibuktikan dengan tercapainya 1,89 miliar transaksi selama kuartal II/2021 dengan peningkatan transaksi sebesar 65 persen YoY. Fitur transaksi menjadi salah satu kunci utama BRI menarik minat masyarakat menggunakan BRImo.

Melihat banyaknya *income* yang dihasilkan BRImo membuat Bank BRI gencar mempromosikan Aplikasi BRImo oleh seluruh kantor PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, tak terkecuali pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Soasio. Sejak pertama di luncurkan BRI Cabang Soasio sudah gencar mempromosikan BRImo pada nasabah maupun masyarakat seperti setiap nasabah yang membuka rekening BRI langsung di daftarkan BRImo oleh Costumer Servis (CS), memasang iklan pada papa iklan di depan pasar sarimalaha, mengikuti sejumlah acara yang di gelar pemerintah agar dapat maksimal memasarkan BRImo, seluruh jajaran pegawai juga di minta memberikan edukasi pada keluarga maupun masyarakat terkait BRImo.

Walaupun sudah melakukan berbagai upaya dan strategi pemasaran BRImo pada nasabah yang tidak memiliki minat dalam menggunakan BRImo pengguna aplikasi BRImo masih sangat kurang hal ini didasari dengan berbagai alasan yaitu penggunaan BRImo yang di nilai belum begitu di butuhkan, minimnya pengetahuan nasabah tentang tekhnologi mobile banking, kualitas pelayanan yang masih kurang karena kendala jaringan internet. Bahkan menurut perengkingan transaksi BRImo per maret 2021 kantor Cabang Soasio berada pada posisi 7 dari 18 kantor cabang BRI di bawah naungan BRI regional office Manado. ini berarti masih banyak nasabah BRI kantor cabang Soasio yang belum secara aktif menggunakan BRImo dalam bertransaksi.

Terdapat faktor yang menyebabkan kurangnya minat penggunaan tersebut di jelaskan oleh Bulkia, dkk (2019) yaitu faktor kualitas pelayanan. Lebih lanjut, Kualitas layanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Bank sebagai lembaga keuangan harus memiliki pelayanan yang baik untuk menumbuhkan minat terhadap produk-produknya. Pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu berasal dari

pengalaman Rizky (2018). Sedangkan Syaninditha dan Setiawan (2017) menyatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan bebas dari usaha yang keras. persepsi kemudahan akan memiliki dampak terhadap perilaku, semakin tinggi persepsi kemudahan menggunakan sistem, maka akan semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut Astria (2020: 32-33).

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya yang tidak konsisten. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo (Studi PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio)”

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRImo)? 2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRImo)? 3. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRImo)? 4. Apakah kualitas pelayanan, kemudahan, dan pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRI Mobile (BRImo)?

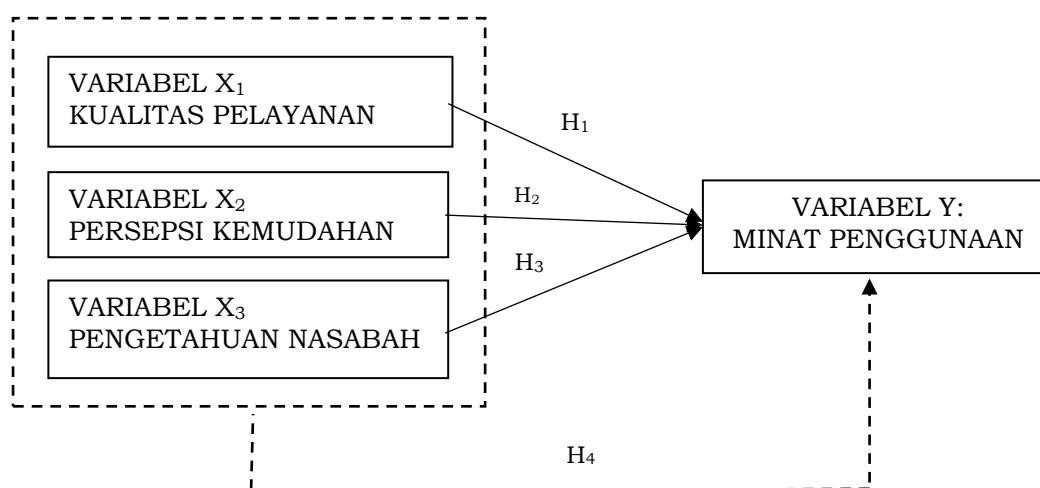
Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo

H<sub>2</sub> Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo

H<sub>3</sub> Pengetahuan nasabah secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo

H<sub>4</sub> Kualitas pelayanan, Persepsi kemudahan dan Pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Menurut sugiyono (2018:15) metode kuantitatif adalah metode yang berdasarkan filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah Bank BRI kantor cabang Soasio serta hasil wawancara dengan pegawai Bank BRI kanca Soasio. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh secara tidak langsung berupa dokumentasi maupun kepustakaan dari buku literatur yang ada dan media internet.

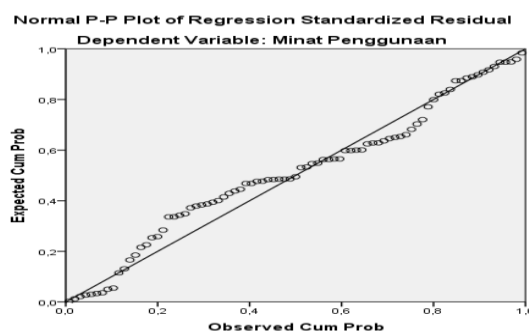
Objek penelitian ini yakni nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio. Tehnik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan tehnik non-probability sampling dengan metode *snowball sampling*. Menurut sugiyono (2014) *snowball sampling* merupakan tehnik penentuan sampel mula-mula berjumlah kecil kemudian membesar.

Tehnik Pengumpulan Data adalah Kuesioner dan wawancara. Kuesioner yakni tehnik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberikan sekumpulan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, dapat di berikan secara langsung dan melalui pos atau internet sugiyono (2018:142). Menurut Yusuf (2014:372) wawancara didefenisikan sebagai satu kegiatan atau proses interaksi antara dua orang atau lebih serta kata lain yakni pewawancara atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung mengenai suatu objek yang di teliti. Defenisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut: a. Kualitas Layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan nasabah Mandiri dkk (2021:1424) b. Persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi penerimaan pengguna dan perilaku penggunaan teknologi informasi Astria (2020:33) c. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu Bulkia, dkk (2019:93) d. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan pada suatu objek Kholid dan Soemarso (2018:52).

## Hasil Dan Pembahasan

### Uji Normalitas

Uji normalitas bermaksud untuk menentukan data yang telah di kumpulkan berdistribusi normal, pengambilan keputusan dinyatakan berdistribusi normal jika titik menyebar di titik diagonal atas garis, namun sebaliknya jika titik jauh dari garis diagonal maka data di katakana tidak distribusi normal. Berikut ini merupakan hasil dari grafik uji normalitas pada penelitian ini:



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2 (*Normal P-P Plot of Regression Standardzed Residual*) dapat dilihat bahwa data atau titik menyebar di sekitas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah sebuah bentuk pengujian untuk mengetahui apa model regresi terdapat korelasi variabel independent antar satu dengan variabel yang lain. Yang dapat dikatakan baik, Ketika tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Metode yang digunakan adalah jika  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolonieritas antar variabel sebaliknya jika niali  $VIF > 10$  maka terjadi multikolinieritas, Jika nilai *tolerance* kurang dari 0,1 maka tidak terjadi multikolonieritas namun sebaliknya jika *tolerance* lebih dari 0,1 maka terjadi multikolonieritas, berikut ini merupakan hasil uji multikolonieritas:

Tabel 3. Uji Multikoliniertas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas layanan	0,207	4,829
	persepsi kemudahan	0,284	3,516
	pengetahuan nasabah	0,262	3,816

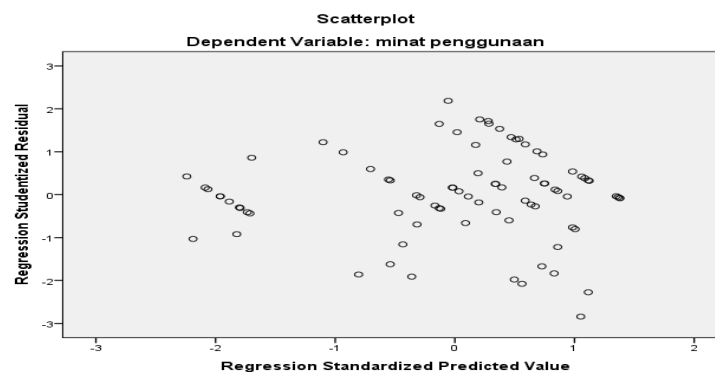
a. Dependent Variabel: minat penggunaan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent yakni kualitas layanan, persepsi kemudahan, dan pengetahuan nasabah mempunyai angka VIF di bawah 10 dengan angka *Tolerance* yang memaparkan nilai lebih dari 0,1. Maka demikian dapat dikatakan bahwa model yang berbentuk tidak terdapat adanya gejala multikoliniertas antar variabel independent dalam model regresi.

### Uji Hesteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model resgresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



Gambar 3. Uji Hesteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 3 memperlihatkan bahwa tidak ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk satu pola tertentu yang teratur (melebar atau menyempit) tidak ada pola yang jelas sehingga di ambil kesimpulan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi histeroskedastisitas.

### Uji Regresi Linear Berganda

#### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji koefisien determinasi adalah:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	,845 <sup>a</sup>	,714	,704	1,556
a. Predictors: (Constant), pengetahuan nasabah, persepsi kemudahan, kualitas layanan				
b. Dependent Variabel: minat penggunaan				

Sumber: Data primer diolah 2022

Dari hasil uji koefisien determinasi nilai *Adjusted Rsquare* adalah 0,704 atau 70,4% sedangkan sisanya 29,6% di pengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Hasil Uji T

Tabel 5. Output Uji Regresi

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,460	1,211		1,205	,232
	kualitas layanan	,018	,057	,041	,310	,757
	persepsi kemudahan	,434	,108	,454	4,024	,000
	pengetahuan nasabah	,300	,088	,403	3,428	,001

a. Dependent Variabel: minat penggunaan

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yakni  $0,310 < 1,664$  dengan nilai signifikan  $0,757 > 0,05$  dan nilai koefisien regresi positif yakni 0,018. Dari hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa hipotesis di tolak. Kesimpulannya variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. Untuk variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $4,024 > 1,664$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi positif yakni 0,434. Dari hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa hipotesis di diterima. Kesimpulannya variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada Bank BRI Cabang Soasio. Dan untuk variabel pengetahuan nasabah menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $3,428 > 1,664$  dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi positif yakni 0,300. Dari hasil pengujian tersebut membuktikan

bahwa hipotesis di diterima. Kesimpulannya yakni pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada Bank BRI Cabang Soasio.

### Hasil Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum Squares	ofdf	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	478,324	3	159,441	65,880	,000 <sup>b</sup>
Residual	191,194	79	2,420		
Total	669,518	82			

a. Dependent Variabel: minat penggunaan

b. Predictors: (Constant), pengetahuan nasabah, persepsi kemudahan, kualitas layanan

Sumber: Data primer diolah 2022

Dari tabel 6 menunjukkan bahwa  $f_{hitung} 65,880 > f_{tabel} 2,72$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. sehingga kesimpulannya yaitu kualitas layanan, persepsi kemudahan, dan pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo.

### Pembahasan

#### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio**

Berdasarkan hasil analisis uji T untuk variabel kualitas layanan menunjukkan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada Bank BRI Cabang Soasio. Hasil pengujian tersebut membuktikan hipotesis di tolak. Hal ini menunjukkan bahwa naiknya variabel kualitas layanan akan menaikkan minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan BRImo. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Islamiah dkk (2020:312) dengan judul penelitian Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah Hasil penelitiannya membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pada minat penggunaan Gopay di Jawa Tengah selanjutnya hasil penelitian didukung oleh Normasari dkk (2013:5) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Selanjutnya, penelitian ini berbeda dengan penelitian Bulkia, dkk (2019:95) tentang Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin.

#### **Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio**

Berdasarkan hasil analisis uji T untuk variabel persepsi kemudahan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada Bank BRI Cabang Soasio. Dari hasil pengujian tersebut membuktikan hipotesis diterima. Hal

ini menunjukkan bahwa naiknya variabel persepsi kemudahan akan menaikkan tingkat minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan BRImo, artinya persepsi kemudahan yang di rasakan nasabah saat menggunakan fitur BRImo dalam bertransaksi online yang memuaskan akan membuat nasabah merasa bahwa BRImo bermanfaat dan berguna sehingga nasabah memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan BRImo pada setiap transaksi online nasabah. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Istiarni dan Hadiprajitno (2014:7) dengan judul penelitian analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan dan pada penelitian kholid dan soemarlo (2018:55) dengan judul Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Pt Bank Bni Syariah Kcp Magelang menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-banking pada PT bank bni syariah kcp magelang. Namun tidak konsisten dengan penelitian dari Zakiyyah (2020:45) berjudul pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat penggunaan go-pay dengan hasil penelitian Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan go-pay.

#### **Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio**

Berdasarkan hasil analisis uji T untuk variabel pengetahuan nasabah menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo pada Bank BRI Cabang Soasio. Dari hasil pengujian tersebut membuktikan hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa naiknya variabel pengetahuan nasabah akan menaikkan tingkat minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan BRImo. Dimana pengetahuan nasabah mempunyai pengaruh yang kuat terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo, karena nasabah yang mengetahui dan memahami setiap fitur aplikasi BRImo akan cenderung menggunakan BRImo dalam setiap transaksi online sehingga penggunaan aplikasi BRImo akan meningkat pada setiap nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Tecualu (2011) dengan judul penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan internet banking oleh nasabah bank di Indonesia, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah tentang manfaat dan layanan internet banking berpengaruh positif signifikan terhadap niat nasabah untuk menggunakan layanan internet banking dan penelitian Bulki, dkk (2019:95) tentang Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin yang menyatakan bahwa Pengetahuan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna internet banking di Banjarmasin. Berbeda dengan penelitian oleh Rijal (2018: 136-137) dengan judul pengetahuan konsumen terhadap ib hasanah card bank bni syariah cabang Surabaya dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dari ketiga indikator tersebut di setiap indikator menghasilkan hasil yang kurang maksimal tingkat pengetahuannya. Pengetahuan terhadap akad dari ib hasanah Card terbagi menjadi 3 yaitu mengetahui, kurang mengetahui dan tidak mengetahui tentang akad dari ib hasanah card.

## **Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BRImo PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Soasio**

Dari tabel ANOVA di atas menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. sehingga kesimpulannya yaitu kualitas layanan, persepsi kemudahan, dan pengetahuan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. Hal ini berarti dengan semakin baiknya pengaplikasian kualitas layanan, persepsi kemudahan dan pengetahuan nasabah maka minat nasabah dalam penggunaan aplikasi BRImo pun akan semakin menunjukkan peningkatan yang baik. Hal ini sesuai dengan penelitian Bulkia, dkk (2019:90) berjudul Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin pengetahuan pelanggan dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna internet banking serta penelitian Kurniaputra dan Nurhadi (2018:117) Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI, Berdasarkan Tabel 6 didapatkan nilai Sig. sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Risiko (X2) dan Persepsi Manfaat (X3) secara bersama-sama mempengaruhi secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah. Karena variabel yang digunakan merupakan faktor penting daripada penggunaan aplikasi BRmo sehingga hampir ditemukan pada setiap penelitian sebelumnya menyatakan bahwa uji F dalam setiap penelitian menunjukan secara signifikan berpengaruh simultan

### **Kesimpulan Dan Saran**

Berdasarkan hasil penyajian yang telah di uraikan maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas layanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. 2) Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. 3) Pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo. 4) Kualitas Layanan, Persepsi Kemudahan, Dan Pengetahuan Nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Brimo.

Saran bagi PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Soasio, sebaiknya lebih mengoptimalkan kemudahan pada nasabah pengguna aplikasi BRImo, lebih aktif memberikan informasi menyeluruh terkait setiap fitur aplikasi BRImo kepada nasabah pengguna agar mempermudah transaksi perbankan nasabah serta pihak bank di harapkan memberikan inovasi yang lebih menarik dan memuaskan agar kualitas layanan juga dapat memberikan pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi BRImo.

### **Daftar Pustaka**

- Astria, N., & Wahdiniwaty, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Keyamanan Terhadap Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. AL-QASHDU (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah), 1(1), 31-42. <http://journal.iain-ternate.ac.id/index.php/al-qashdu/article/view/588/472>
- Bulkia, S., Herawati, A. S., & Hasanah, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna Internet Banking Banjarmasin. At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen, 3(2). <https://doi.org/10.31602/atd.v3i2.1873>
- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh

- Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 303–315. Retrieved from <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/9411/pdf>
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1–10. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 49–57. Retrieved from <http://journal2.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/2164>
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRI Mobile (BRIMO). *Account*, 8(1). <https://doi.org/10.32722/acc.v8i1.3874>
- Normasari dkk. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 77767.
- Rizky, N. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191–202.
- Rijal, A. (2018). Pengetahuan Konsumen Terhadap Ib Hasanah Card Bank BNI Syariah Cabang Surabaya. *ADILLA (Jurnal Ekonomi Syariah) Universitas Islam Darul Ulum Lamongan*, 1(1), 117-139. <http://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/adilla/article/view/736/412>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Syaninditha, S. A. P., & Setiawan, Putu. E. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Faktor Sosial, Dan Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan E-Filing. *E-Jurnal Akuntansi*, 21(1), 86–115.
- Tecualu, M. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Bank di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 11(1), 97633.
- Yusuf, A. M., 2014. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”. Jakarta: prenatalmedia group.
- Zakiyyah, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay. Universitas Islam Indonesia.