



Pengaruh Keandalan, Jaminan dan Kinerja Produk Aplikasi Brimo terhadap Kepuasan Nasabah

Sahra Widiawati¹, Ratno², Lefrand Mango³

¹²³Universitas Sintuwu Maroso Poso



AFILIASI:

Jurusan Manajemen, Fakultas
Ekonomi Universitas Sintuwu
maroso, Poso, Sulawesi Tengah
Indonesia

EMAIL KORESPONDENSI:

sahrawidiawati@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL:

Diterima:

2 Juli 2025

Direvisi:

7 Juli 2025

Disetujui:

10 Juli 2025

Abstrak: Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Keandalan, Jaminan dan Kinerja Produk Aplikasi BRImo Terhadap Kepuasan Nasabah. Adapun data yang digunakan adalah data primer dan data skunder, dengan Teknik pengumpulan data yaitu observasi dan kuesioner. Populasi dan sampel nasabah dari Aplikasi BRImo. Aplikasi BRImo dengan *probability sampling* dengan jumlah 65 nasabah. Data dalam penelitian ini diolah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian di peroleh Nilai R sebesar 0,825. Selain itu, nilai (*Rsquare*) sebesar 0,680 atau 68% variabel independent mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi variabel lain. nilai F sebesar 43.225 sedangkan nilai F_{tabel} 2,76 Dengan demikian dapat disimpulkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} dengan nilai signifikan F sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ data diatas menunjukkan bahwa Keandalan, Jaminan dan Kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai t_{hitung} sebesar 2.638, dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah. Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap t_{hitung} sebesar 2,326 dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah. Kinerja produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai t_{hitung} sebesar 2,002 dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Keandalan, Jaminan, Kinerja Produk, Kepuasan Nasabah.

Pendahuluan

Teknologi informasi sangat dibutuhkan dalam layanan perbankan yang merupakan suatu inti terpenting dalam sebuah sistem keuangan yang memperlancar sebuah transaksi dinegara dalam memenuhi kebutuhan perekonomian. Perbankan elektronik merupakan hasil kemajuan teknologi perbankan, merupakan sebuah layanan yang bermanfaat bagi nasabah untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi melalui jaringan internet. Teknologi ini diyakini akan memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dengan memengaruhi penilaian mereka tentang utilitas dan kegunaan. (Arianda et al., 2023).



Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan bank nasional terbesar di Indonesia. Dari banyak layanan yang ditawarkan BRI kepada masyarakat adalah simpan pinjam. (Kasengkang et al., 2023). Di era digital saat ini, mayoritas orang memilih berbelanja daring, dikarenakan memudahkan berbagai jenis transaksi perbankan. Dengan adanya ponsel sebagai sebuah alat yang paling dibutuhkan masyarakat, perbankan mempunyai salah satu inovasi untuk meningkatkan suatu daya tarik produk bank adalah dengan memanfaatkan sebuah kemajuan teknologi informasi melalui pembuatan media layanan.

Bank BRI memunculkan Layanan mobile banking yang saat ini dikenal oleh masyarakat dengan istilah BRImo yang merupakan sebuah singkatan dari BRI Mobile. BRImo memiliki sistem keamanan yang sangat baik, fasilitas penarikan tunai tanpa memerlukan kartu, dan beberapa kemudahan saat membuka rekening, bersama dengan isi ulang GoPay, pembayaran QR, kemampuan login sidik jari atau pengenalan wajah, dan fitur menarik lainnya (Putri Lismalia et al., 2024).

Layanan BRImo memberi kemudahan terhadap nasabah untuk melakukan suatu transaksi perbankan melalui ponsel. Untuk menggunakan layanan BRImo dipelukannya ponsel dan aplikasi yang telah disediakan oleh bank. BRImo merupakan suatu aplikasi alat yang membuat aktivitas pribadi, seperti memeriksa saldo rekening, menjadi sangat mudah bagi siapa pun, Tanpa perlu mengunjungi ATM terdekat, Anda dapat membayar tagihan atau mentransfer uang dari kenyamanan rumah Anda sendiri.. Menurut (Triyanti Listiani, 2022). Kemudahan transaksi merupakan suatu persepsi yang dimana seorang tidak disulitkan dalam melakukan proses transaksi. Dalam konteks transaksi digital, persepsi ini meliputi antara lain prosedur pembayaran yang lebih mudah, penjelasan yang jelas agar mudah dimengerti terkait cara pembayarannya, sehingga konsumen bisa melakukan proses transaksi dengan baik.

Kualitas layanan Aplikasi BRImo yaitu keandalan, Aplikasi ini memudahkan pengguna dalam bertransaksi, termasuk transfer uang, pembayaran tagihan, dan isi ulang dompet elektronik, kapan saja dan di mana saja. BRImo juga memiliki fitur QRIS untuk pembayaran digital, fitur ini sangat memudahkan pada saat transaksi di luar ruangan. Tidak hanya keandalan, kualitas layanan BRImo juga memberikan jaminan kepada para nasabah nya seperti jaminan keamanan pada saat melakukan transaksi, dengan adanya fitur keamanan seperti *safety mode* BRImo nasabah tidak lagi khawatir akan transaksi yang tidak aman.

Kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan dari sebuah tanggapan kinerja dan produk yang sesuai terhadap ekspektasi sebagaimana telah diharapkan oleh pelanggan (Darma Putera et al., 2021). Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, karena hal terikat antara dua factor, persepsi dan harapan pelanggan mengenai kualitas layanan. Pelanggan biasanya perbandingan keinginan mereka dengan situasi mereka saat ini harapkan saat mengevaluasi kualitas suatu layanan. (Irene Rafinadora, 2021). Selain kualitas layanan dalam penelitian ini, kualitas produk juga digunakan untuk menyusun kajian kepuasan nasabah. Kualitas produk juga mempengaruhi kepuasan nasabah seperti kualitas yang unggul akan memberikan sebuah kepuasan kepada nasabah, baik ketika penggunaan ataupun pemakaian pada produk yang diterima dengan seperti itu diharapkan Bisnis yang berulang dari klien pada akhirnya memengaruhi tingkat kesenangan mereka.

Kualitas layanan merupakan suatu kejadian yang dapat menyebabkan perubahan yang dibutuhkan klien guna mengukur tingkat layanan yang mereka terima (Jeany, 2020). Kualitas layanan bisa dianggap sebagai hal yang melihatkan seberapa tinggi layanan didapatkan bisa memenuhi kebutuhan yang menakup nasabah.

Kehandalan merupakan kemampuan suatu perusahaan yang bisa memberikan dan menyediakan pelayanan dengan segera sebagaimana yang telah dijanjikan , seperti memuaskan, bisa dipercaya dan nyata, dimana kinerja harus bebas kesalahan dan sejalan dengan apa yang diminta nasabah (Billy, 2019).

Sebagai bagian dari operasional sehari-harinya, Bank BRI banyak menerima keluhan konsumen melalui *AppStore*, *Google PlayStore*, dan meninjau media selain langsung dari pelanggan, mengungkapkan bahwa nasabah kesulitan saat melakukan log in yang terkadang mengalami eror. Eror yang dimaksud seperti password yang telah dimasukkan benar tetapi tidak bisa log in, semisal nasabah tidak berada di kota yang didaftarkan BRImo tetapi sedang di luar kota dan mengalami lupa password hal ini bisa menyulitkan nasabah yang sedang berada di luar kota, nasabah yang mengalami lupa password tidak bisa memperbaikinya secara langsung melalui online sehingga harus datang langsung ke bank BRI yang didaftarkannya Aplikasi BRImo hal tersebut membuat nasabah kesulitan ketika tidak bisa login dan tidak bisa langsung datang ke bank BRI unit yang di daftarkannya Aplikasi BRImo sehingga menghambat saat ingin melakukan transaksi, proses pengajuan saldo terpotong tidak ditanggapi, serta terdapat kegagalan saat melakukan transaksi. Akibatnya, muncul gagasan bahwa ada kesenjangan antara kenyataan dan harapan pelanggan yang selalu menuntut layanan berkualitas tinggi. Tentu saja, hal ini memengaruhi kepercayaan pelanggan dan, karena risiko yang terkait dengan penggunaan BRImo, hal ini juga memengaruhi kepuasan nssabah.

Pembahasan

Kualitas Layanan.

Kualitas layanan merupakan keinginan persyaratan atau harapan nasabah yang memungkinkan perbandingan hasil dan harapan untuk menentukan apakah seorang nasabah telah menerima layanan yang berkualitas (Munzir, 2021). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan dapat dilihat berdasarkan perspektif perusahaan tetapi harus dinilai oleh nasabah langsung.

Kualitas layanan memiliki 4 dimensi berdasarkan (Munzir, 2021) yaitu: (1) Tangibelitas (Bukti fisik) kapasitas suatu bisnis untuk menunjukkan bagaimana bukti nyata, seperti bangunan, mesin, peralatan, dan teknologi sebenarnya, muncul. (2) Reliability (Keandalan) Kemampuan untuk memberikan layanan sesuai kesepakatan tepat sehingga menimbulkan kepuasan terhadap nasabah. (3) Responsiveness (Ketanggapan) Kemampuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik dan cepat juga tepat. Menekankan pada perilaku pribadi untuk menimbangkan kebutuhan, permintaan, dan keintiman nasabah. (4) Assurance (Jaminan) Meliputi keahlian, kesopanan, dan kapasitas bisnis untuk memenangkan kepercayaan pelanggan. (5) Empathy (Empati) mengacu pada pertimbangan dan perhatian yang ditunjukkan perusahaan untuk kebutuhan individual setiap nasabah.

Keandalan

Keandalan merupakan kapasitas organisasi untuk memberikan layanan sesuai janji, cepat, dan tetap. Harapan pelanggan harus dipenuhi melalui kinerja, yang meliputi ketepatan, penyediaan layanan tanpa kesalahan, konsistensi untuk setiap pelanggan, sikap positif, dan keakuratan (Fachrida Mahasani et al., 2021).

Kehandalan dalam penelitian ini berdasarkan (Razak, 2019) terdapat 3 indikator keandalan terdiri dari : Memberikan pelayanan dengan tepat, Kemampuan untuk dipercaya, Memberikan jasa tepat waktu.

Jaminan

Dalam bisnis layanan, jaminan merupakan variabel yang dapat membuat konsumen yakin dan puas (Susanti & Riptiono, 2024). Hal ini bermakna bahwa jaminan yang diberikan mampu membuat konsumen akan semakin puas.

Didalam jaminan ini terdapat beberapa indikator tersebut antara lain: (1) Kredibilitas (credibility), Pentingnya memberikan jaminan kepada konsumen untuk menjamin. (2) Keamanan (security), Pelanggan memiliki kepercayaan yang besar terhadap layanan yang mereka terima. Tak perlu diragukan lagi, layanan yang ditawarkan dapat menjamin kepercayaan. (3) Kompetensi (competence), khususnya kemampuan yang dimiliki dan dibutuhkan untuk memberikan layanan sebaik mungkin kepada pelanggan.

Kinerja Produk

Kinerja produk merupakan keberhasilan untuk melaksanakan kegiatan dan mencapai nilai pekerjaan yang dilakukan seorang atau sekumpulan orang untuk kegiatan kerja berdasarkan peran dan tanggung jawab tertentu diharapkan dapat berperilaku sesuai dengan kuantitas, kualitas, dan waktu yang digunakan. (Nadia & Kapojos, 2021)

Kinerja produk dalam penelitian ini berdasarkan (Rahadiyansyah, 2021) terdapat 3 indikator kinerja antara lain:. (1) Kualitas Kerja, Kesempurnaan tugas dalam kaitannya dengan keterampilan dan bakat karyawan serta pendapat mereka tentang mutu pekerjaan yang mereka hasilkan. (2) Ketepatan Waktu, Selesaikan tugas sesuai jadwal dan manfaatkan waktu luang Anda dengan melakukan aktivitas lain. (3) Komitmen adalah tingkat di mana seorang karyawan dapat memenuhi tugas dan kewajibannya terhadap suatu organisasi atau bisnis.

Kepuasan Nasabah

Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Seorang sehabis membandingkan keinginan dan penilaian mengenai hasil kerja suatu produk (Edi Kusnaedi, 2021). Nasabah yang merasa puas merupakan nasabah yang bahagia terhadap produk dan jasa ketika hasil yang didapatkan melewati ekspektasi nasabah, sebaliknya nasabah yang tidak memiliki rasa puas dikarenakan hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan mereka (Febri et al., 2024).

Indikator kepuasan nasabah menurut (Yosafat, 2024) yaitu: (1) Kesesuaian harapan: Perbandingan sebuah harapan perorang nasabah mengenai kinerja suatu produk. (2) Minat berkunjung kembali: Kemauan nasabah untuk memakai fitur layanan perusahaan dimasa yang akan datang. (3) Kesiediaan merekomendasikan: Kesiediaan dari nasabah untuk memperkenalkan produk kepada nasabah lain.

Metode Penelitian

Karena menggunakan sampel dari satu kelompok, penelitian ini menggunakan metode survei. Penulis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis, teknik kuantitatif melibatkan pemrosesan data survei, penyebaran kuesioner, dan pelaksanaan wawancara dengan populasi atau sampel tertentu.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan atas unsur-unsur berupa kejadian bisa juga seseorang yang mempunyai ciri-ciri sama dan menjadi pusat atensi, peneliti dilihat sebagai jagat penelitian. Populasi dalam penelitian ini seluruh nasabah yang menggunakan Aplikasi BRImo tentu jumlahnya belum diketahui.

Penelitian ini menggunakan Teknik non *probability* sampling dengan metode *accidental* sampling dimana merupakan suatu metode menentukan dalam memilih sampel dari responden yang secara kebetulan menggunakan Aplikasi BRImo atau secara tidak langsung ditemui dengan jumlah 65 responden.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda bertujuan mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan analisis regresi berganda yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstantan

b₁ = Koefisien regresi kehandalan

b₂ = Koefisien regresi jaminan

b₃ = Koefisien regresi kinerja produk

x₁ = Variabel kehandalan

x₂ = Variabel jaminan

x₃ = Variabel kinerja produk

e = Error

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi dapat dilihat dari tabel dibawah ini

Tabel 1: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.007	2.427		-1.239	.220
	TOTALX1	.317	.120	.273	2.638	.011
	TOTALX2	.399	.171	.334	2.326	.023
	TOTALX3	.395	.197	.296	2.002	.050

a. Dependent Variable: TOTALLY

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 30

Pada tabel diatas model regresi linear berganda dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebgai berikut.

$$Y = -3.007 + 0.317X1 + 0.399X2 + 0.395X3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -3007 dapat diartikan apabila variabel keandalan, jaminan dan kinerja produk dianggap nol, maka kepuasan nasabah Aplikasi BRImo sebesar -3007. Koefisien regresi variabel keandalan yaitu 0.317, menunjukkan besarnya pengaruh variable terhadap kepuasan nasabah. Tanda positif menunjukkan koefisien hubungan yang positif. Dengan setiap penambahan satuan variabel keandalan maka kepuasan nasabah naik sebesar 0.317 dengan anggapan bahwa variable yang konstan. Koefisien regresi variabel jaminan yaitu 0.399, menunjukkan besarnya pengaruh variabel terhadap kepuasan nasabah. Tanda positif menunjukkan koefisien hubungan yang positif. Dengan setiap penambahan satuan variabel jaminan maka kepuasan nasabah naik sebesar 0.399 dengan anggapan bahwa variabel yang konstan. Koefisien regresi variabel kinerja produk yaitu 0.395, menunjukkan besarnya pengaruh variabel terhadap kepuasan nasabah. Tanda positif menunjukkan koefisien hubungan yang positif. Dengan setiap penambahan satuan variabel kinerja produk maka kepuasan nasabah naik sebesar 0.395 dengan anggapan bahwa variabel yang konstan.

Hasil Uji Koefisien kolerasi dan koefisien Determinasi (R2)

Pengujian koefisien berdasarkan hasil nilai R.

Tabel 2: Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.664	1.48767

a. Predictors: (Constant), keandalan, jaminan dan kinerja produk

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 30

Tabel diatas menunjukkan nilai koefisien kolerasi R yaitu 0,825 dapat diartikan bahwa variabel Keandalan, Jaminan dan Kinerja produk terhadap variabel Kepuasan nasabah mempunyai hubungan sangat kuat berada pada rentang interval kolerasi 0,80-1.000.

Tabel diatas menunjukan hasil nilai R_{square} sebesar 0,680 atau 68% variable keandalan, jaminan dan kinerja produk mempengaruhi variabel kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji F

Pengujian hipotesis berdasarkan uji F dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel Hasil Uji F

Tabel 3: ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.996	3	95.665	43.225	<,001 ^b
	Residual	135.004	61	2.213		
	Total	422.000	64			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant),Keandalan, jaminan dan kinerja produk

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 30

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai F sebesar 43.225 sedangkan nilai F_{tabel} 2,76 Dengan demikian dapat disimpulkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} dengan nilai signifikan F sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ data diatas menunjukkan bahwa Keandalan, Jaminan dan Kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

Hasil Uji t

Pengujian hipotesis berdasarkan uji t dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4: Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.007	2.427		-1.239	.220
	Keandalan	.317	.120	.273	2.638	.011
	Jaminan	.399	.171	.334	2.326	.023
	Kinerja Produk	.395	.197	.296	2.002	.050

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 30

Hasil pengujian pada tabel diatas menunjukan :

Keandalan Terhadap kepuasan nasabah.

Tabel diatas menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 2,638 dengan signifikan sebesar 0,011 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,999. Berdasarkan uji kriteria hipotesis yaitu t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan lebih kecil dari pada α 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Jaminan Terhadap kepuasan nasabah.

Tabel diatas menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 2,326 dengan signifikan sebesar 0,023 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,999. Berdasarkan uji kriteria hipotesis yaitu t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan lebih kecil dari pada α 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

Kinerja produk Terhadap kepuasan nasabah.

Tabel diatas menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 2,002 dengan signifikan sebesar 0,050 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,999. Berdasarkan uji kriteria hipotesis yaitu t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikan sama dengan α 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Keandalan, jaminan dan kinerja produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan nasabah.

Indicator informasi mengenai Aplikasi BRImo dipengaruhi berdasarkan orang yang berada di sekitaran kota poso untuk merekomendasi Aplikasi BRImo kepada orang lain agar memudahkan dalam melakukan transaksi. Selanjutnya hasil indikator lain membuktikan bahwa nasabah yang melakukan transaksi akan merasa puas karena tidak perlu membutuhkan banyak waktu, biaya tambahan ataupun kerumitan akibat produk yang gagal. Demikian pula sesuai hasil empires menunjukan bahwa nasabah menilai positif untuk mencoba semua fitur dari Aplikasi BRImo. Maka kesimpulan keandalan, jaminan dan kinerja produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Aplikasi Brimo.

Keandalan Pengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Informasi-informasi positif mengenai Aplikasi BRImo mempengaruhi respon nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sangat menghargai konsistensi dan ketepatan layanan yang diberikan. Keandalan dalam pelayanan tersebut menjadi factor kunci yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, karena nasabah menginginkan pengalaman yang dapat diandalkan dan tanpa hambatan dalam melakukan transaksi. Sehingga dapat disimpulkan hasil penilaian nasabah bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jaminan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Aplikasi BRImo bisa memberikan jaminan rasa aman dan kepercayaan dalam membentuk persepsi positif nasabah. Tingkat kepuasan nasabah meningkat seiring dengan kepercayaan yang diberikan terhadap Aplikasi BRImo. Jaminan yang didapatkan sesuai dengan yang diharapkan, sehingga nasabah merasa puas dalam melakukan transaksi. Dapat disimpulkan hasil penilaian nasabah bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kinerja Produk Berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Kinerja produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya kinerja produk yang unggul menciptakan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, yang merupakan factor utama dalam membentuk kepuasan. Kinerja yang baik membangun kepercayaan nasabah yang berujung untuk merekomendasikan kepada orang lain. Artinya, secara keseluruhan kinerja produk sangat mempengaruhi nasabah dalam menentukan kepuasan nasabah.

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah nilai R sebesar 0,825. Selain itu, nilai (R^2) sebesar 0,680 atau 68% variabel independent mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi variabel lain. Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui nilai F sebesar 43.225 sedangkan nilai F_{tabel} 2,76 Dengan demikian dapat disimpulkan F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} dengan nilai signifikan F sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ data diatas menunjukkan bahwa Keandalan, Jaminan dan Kinerja produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Keandalan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai t_{hitung} sebesar 2.638, dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah. Jaminan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap t_{hitung} sebesar 2,326 dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah. Kinerja produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai t_{hitung} sebesar 2,002 dengan signifikan $< \alpha 0,05$ terhadap kepuasan nasabah.

Daftar Pustaka

Arianda Chairunnisa, N. F. T. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Gaya Hidup Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek Di Kota Samarinda.

Sahra Widiawati, Ratno, Lefrand Mango

Pengaruh Kehandalan, Jaminan Dan Kinerja Produk Aplikasi Brimo Terhadap Kepuasan Nasabah

- Billy, J. T. (2019). Pengaruh Bukti Langsung, Kehandalan, Jaminan, Daya Tanggap Dan Empati Terhadap Kepuasan Pasien Pada Puskesmas.
- Chitia Monica, D. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/Jp.V7i1.465>
- Darma Putera, A., Dalle, J., Muhammad, D., & Syafari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Penabung Aktif Pt Bank Bukopin Cabang Banjarmasin. In Edisi Juli-Desember (Vol. 10, Issue 2).
- Edi Kusnaedi. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Survey Nasabah Dana Pihak Ketiga Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk).
- Fachrida Mahasani, E., Harsini Wahyuningsih, T., Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn, S., & -Indonesia, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Goride Dan Grabbike Di Yogyakarta (Vol. 2, Issue 1). <https://jogja.tribunnews.com>
- Febri, M., Fitri, S., & Fasa, M. I. (2024). Pt. Media Akademik Publisher. *Jma*), 2(11), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Imelda, S., & Huwaida, H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Kcp Kayu Tangi Banjarmasin. In Print) *Jurnal Intekna* (Vol. 19, Issue 2). Online. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Irene Rafinadora, S. D. C. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Dealer X Motor Yamaha Area Bogor. Mei 2021 *Embiss*, 1(3), 255–270. <https://embiss.com/index.php/embiss>:<https://embiss.com/index.php/embiss/index>
- Jeany, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa.
- Kasengkang, I., Moniharapon, S., & Mandagie, Y. (2023). The Effect Of Bri Mobile Product Quality And Service Quality (Brimo) On Customer Satisfaction Of Bri Tumpaan Units. In *Jurnal Emba* (Vol. 11, Issue 1).
- Lubalu. (2023). Afiliasi: Pengaruh Kualitas Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kukis Bakar Tandobone.
- Nadia, M., & Kapojos, P. M. (2021). Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard Pada Pt. Astra International, Tbk–Daiatsu Sales Operation Cabang Malalayang. *1118 Jurnal Emba*, 9(2), 1118–1128.
- Putri Lismalia, C. N. B. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Brimo Terhadap Kepuasan Nasabah Kcp Bri Cabang Tembung (Vol. 3).

Sahra Widiawati, Ratno, Lefrand Mango

Pengaruh Keandalan, Jaminan Dan Kinerja Produk Aplikasi Brimo Terhadap Kepuasan Nasabah

- Silfiena, E. (2020). Analisis Pengaruh Orientasi Pesaing, Diferensiasi Produk, Positioning Produk Terhadap Kinerja Produk Differentiation And Positioning On The Performance Of Tropicana Slim Low Calorie Sugar Products In Ambon City).
- Susanti, D. N., & Riptiono, S. (2024). Menguji Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Callalily Wedding Organizer Serta Dampaknya Pada Wom Intention. Jurnal E-Bis, 8(2), 629–641. <https://doi.org/10.37339/E-Bis.V8i2.1714>
- Triyanti Listiani. (2022). Pengaruh Keamanan Bertransaksi, Kemudahan Transaksi Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia (The Effect Of Transaction Security, Ease Of Transactions And Brand Image On Consumer Purchase Interest In Tokopedia E-Commerce).
- Yosafat, I. F. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Aplikasi Brimo Di Bank Bri Unit Simpang V Mimika.