



E-ISSN 3032-601X & P-ISSN 3032-7105

Vol. 2, No. 4, 2025

MISTER

**Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science,
Technology and Educational Research**

**Jurnal Penelitian Multidisiplin dalam Ilmu
Pengetahuan, Teknologi dan Pendidikan**

**UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
KOTA BANDA ACEH**

mister@serambimekkah.ac.id

Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science Technology
and Educational Research

Journal of MISTER

Vol. 2, No. 4, 2025

Pages: 4313–4324

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi
Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi
Brimo di Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa

Al Farisdam, Aris Sugiarto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa, Indonesia

Article in Journal of MISTER

Available at : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

DOI : <https://doi.org/10.32672/mister.v2i4.3686>

How to Cite this Article

APA : Farisdam, A., & Sugiarto, A. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi Brimo Di Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 2(4), 4313 – 4324. <https://doi.org/10.32672/mister.v2i4.3686>

Others Visit : <https://jurnal.serambimekkah.ac.id/index.php/mister/index>

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is a scholarly journal dedicated to the exploration and dissemination of innovative ideas, trends and research on the various topics include, but not limited to functional areas of Science, Technology, Education, Humanities, Economy, Art, Health and Medicine, Environment and Sustainability or Law and Ethics.

MISTER: *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research* is an open-access journal, and users are permitted to read, download, copy, search, or link to the full text of articles or use them for other lawful purposes. Articles on Journal of MISTER have been previewed and authenticated by the Authors before sending for publication. The Journal, Chief Editor, and the editorial board are not entitled or liable to either justify or responsible for inaccurate and misleading data if any. It is the sole responsibility of the Author concerned.



ISSN 3032-7105

ISSN 3032-601X



9 773032 710001 9 773032 601002

Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Aplikasi Brimo di Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa

Al Farisdam¹, Aris Sugiarto²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: aris.sugiarto@uts.ac.id

Diterima: 10-08-2025

| Disetujui: 16-08-2025

| Diterbitkan: 18-08-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived trust on student satisfaction in using the BRIMO application at Sumbawa University of Technology. The research employed a quantitative method with data collected through questionnaires distributed to students, and the data were analyzed using multiple linear regression and hypothesis testing. The results indicate that perceived ease of use has a significant effect on user satisfaction, as does perceived usefulness, which also significantly affects satisfaction. In contrast, perceived trust does not have a significant effect on student satisfaction in using the BRIMO application. These findings highlight that user satisfaction is primarily shaped by the ease of use and the benefits gained from the application, while trust is regarded more as a basic requirement in digital banking services.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Trust, Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa dalam menggunakan aplikasi BRIMO. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden, serta analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, begitu pula dengan persepsi manfaat yang juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sebaliknya, persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi BRIMO. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna lebih banyak ditentukan oleh seberapa mudah aplikasi digunakan dan seberapa besar manfaat yang diperoleh, sedangkan faktor kepercayaan lebih dianggap sebagai standar dasar yang wajib ada dalam layanan perbankan digital.

Katakunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Kepuasan.

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat digitalisasi telah secara signifikan mentransformasi berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam sektor perbankan, dengan membuat layanan keuangan menjadi lebih mudah diakses, lebih cepat, dan lebih praktis bagi masyarakat luas. Di Indonesia, perkembangan teknologi sangat cepat, terutama dalam teknologi informasi, yang kini mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat berkat ketersediaan internet secara luas. Kemajuan teknologi ini mendorong lahirnya era baru yang sering disebut sebagai *society 5.0*, di mana masyarakat menjalankan aktivitas sehari-hari, seperti belanja online dan transaksi digital, melalui berbagai platform digital. Teknologi kini telah menjadi bagian integral dari hampir setiap aktivitas manusia, termasuk komunikasi, pendidikan, transportasi, dan bisnis, dengan tujuan untuk menyederhanakan kegiatan sehari-hari serta meningkatkan efisiensi. Perkembangan ini melahirkan ekonomi digital, yang didefinisikan sebagai aktivitas komersial yang dilakukan melalui teknologi digital seperti internet.

Peningkatan penggunaan internet di Indonesia telah membuka jalan bagi inovasi dalam sistem pembayaran digital di sektor perbankan, yang ditandai dengan munculnya berbagai aplikasi *mobile banking*. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan internet mengalami peningkatan signifikan, dari 143,26 juta pada tahun 2017 menjadi 221,56 juta pada tahun 2024, dengan lonjakan besar terjadi saat pandemi Covid-19 ketika banyak aktivitas beralih ke ranah daring. Pertumbuhan ini menandakan adanya pergeseran gaya hidup masyarakat menuju *cashless society* dan ketergantungan yang lebih besar pada metode pembayaran digital dalam transaksi sehari-hari. Menanggapi tren ini, Bank Rakyat Indonesia (BRI) meluncurkan BRIMO pada awal 2019, sebuah aplikasi perbankan digital yang dirancang untuk memberikan pengalaman modern, efisien, dan ramah pengguna, khususnya bagi generasi milenial. Sejak diluncurkan, BRIMO menjadi aplikasi *mobile banking* paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 33,5 juta pengguna, sebagaimana dilaporkan CNBC Indonesia pada tahun 2024.

Keberhasilan aplikasi BRIMO didorong oleh beberapa faktor utama. Percepatan digitalisasi selama pandemi secara signifikan meningkatkan adopsi pembayaran digital serta fitur-fitur inovatif dalam BRIMO, seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dan integrasi API yang mulus bagi pedagang online. Konsistensi BRI dalam memperluas jaringan merchant, yang mencapai lebih dari 500.000 merchant pada akhir 2021, semakin meningkatkan aksesibilitas pembayaran digital. Selain itu, BRIMO terus berinovasi dengan menghadirkan fitur-fitur baru seperti pembayaran *QR Cross-Border* dan investasi tabungan emas, sehingga aplikasi ini menjadi lebih serbaguna dan menarik bagi basis pengguna yang lebih luas. Peningkatan ini berdampak pada lonjakan signifikan jumlah pengguna dan volume transaksi, dengan pertumbuhan volume transaksi sebesar 110% dan nilai transaksi sebesar 98,48% *year-on-year* pada tahun 2023.

Penelitian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM), sebuah kerangka teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi adopsi teknologi baru oleh pengguna. TAM berpendapat bahwa terdapat dua variabel utama, yakni *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebermanfaatan), yang berperan fundamental dalam memengaruhi sikap dan niat pengguna dalam menggunakan suatu sistem. *Perceived Ease of Use* merujuk pada tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan sistem tertentu akan bebas dari kesulitan dan mudah dilakukan. Dalam konteks BRIMO, hal ini berkaitan dengan antarmuka aplikasi yang intuitif, navigasi yang sederhana, serta kinerja yang cepat. Sementara itu, *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai keyakinan

seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Bagi pengguna BRIMO, hal ini mencakup kemampuan aplikasi dalam memfasilitasi transaksi cepat dan mudah, seperti pembayaran tagihan serta transfer dana, yang dianggap memberikan manfaat nyata. Ketika sebuah aplikasi dipersepsikan mudah digunakan dan bermanfaat, hal tersebut dapat berdampak signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Selain variabel utama TAM, *Perceived Trust* (persepsi kepercayaan) juga merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam perbankan digital. Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan pengguna terhadap kemampuan aplikasi dalam menyediakan layanan yang andal dan aman, termasuk menjaga kerahasiaan serta keamanan data pribadi dan finansial mereka. Kepercayaan ini merupakan kondisi psikologis yang tidak bisa sepenuhnya digantikan oleh mekanisme teknis, tetapi dapat memperkuat persepsi kemudahan dan kebermanfaatan suatu sistem. Bagi pengguna BRIMO, kepercayaan dibangun melalui fitur keamanan yang kuat, seperti enkripsi data dan autentikasi biometrik, yang menciptakan rasa aman dalam bertransaksi. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa *perceived trust* dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) sebagai subjek penelitian. Mahasiswa dipandang sebagai demografis ideal karena umumnya merupakan *digital natives* yang adaptif terhadap teknologi baru. Mereka memiliki literasi digital yang tinggi sehingga relevan untuk mengevaluasi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan aplikasi *mobile banking*. Selain itu, kebutuhan mereka terhadap transaksi keuangan yang cukup tinggi, seperti pembayaran uang kuliah maupun pengeluaran sehari-hari, menjadikan aplikasi praktis dan efisien seperti BRIMO sangat relevan dalam kehidupan mereka. Temuan dari kelompok ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana fitur dan layanan BRIMO dipersepsikan oleh pengguna yang melek teknologi, yang pada akhirnya dapat membantu BRI dalam merancang strategi ke depan guna mempertahankan kepuasan serta loyalitas pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kesenjangan penelitian sebelumnya dengan meneliti pengaruh gabungan dari *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived trust* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi BRIMO di kalangan mahasiswa UTS.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi BRIMO di kalangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena merupakan metode yang sistematis, terstruktur, dan terorganisir dengan baik, serta bergantung pada data yang terukur dan objektif. Dalam penelitian jenis ini, hubungan antara peneliti dan subjek bukanlah fokus utama; melainkan hasil penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan serta variabel yang dapat diukur. Desain penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi kepercayaan berhubungan atau berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di kalangan mahasiswa pengguna aplikasi BRIMO.

Data penelitian ini diperoleh langsung dari sumber primer. Data primer, yang didefinisikan sebagai informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk keperluan penelitian tertentu, dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa yang menggunakan

aplikasi BRIMO. Kuesioner, atau daftar pertanyaan tertulis, digunakan agar responden dapat mencatat jawaban mereka dari alternatif jawaban yang telah ditentukan dengan jelas. Jenis data yang dikumpulkan adalah data kuantitatif, yaitu data yang menggambarkan jumlah atau besaran dan dinyatakan dalam angka absolut sehingga dapat diukur serta dianalisis secara objektif.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa yang menggunakan aplikasi BRIMO. Karena jumlah pasti mahasiswa pengguna aplikasi tersebut tidak diketahui, maka ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair dkk. (2018), yang merekomendasikan jumlah sampel 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Dengan 16 indikator dalam penelitian ini, ukuran sampel dihitung sebesar 16×10 sehingga diperoleh total 160 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, khususnya *purposive sampling*. Teknik ini melibatkan pemilihan subjek berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria pada penelitian ini adalah responden merupakan pengguna aktif BRIMO dan telah menggunakan aplikasi minimal sekali dalam sebulan terakhir. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert, yaitu skala penilaian yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi dalam rentang numerik, umumnya dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju.”

Sebelum menganalisis data utama, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dilakukan untuk memastikan kuesioner benar-benar mengukur variabel yang diteliti. Suatu item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai *r*-hitung lebih besar daripada *r*-tabel. Semua item variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan kepuasan dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi dan keteraturan hasil pengukuran. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria tersebut, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, regresi linear berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 27. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan layak. Uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sementara uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas membuktikan bahwa tidak terdapat masalah hubungan linear yang kuat antarvariabel independen maupun varians residual yang tidak merata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji dimana untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal jika nilai residualnya terstandarisasi sebagian besar mendekati rata-ratanya. Pendekatan yang digunakan pada uji normalitas penelitian ini adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria untuk pengambilan keputusan dalam uji normalitas menurut Zahariyah (2021) adalah jika hasil uji menunjukkan nilai signifikansi (sig) $> 0,05$, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$, maka

data tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut merupakan hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov yang dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Test	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
0.054	0.200	>0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* nilai signifikansi (sig) > 0,05, maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dimana nilai signifikansi pada bagian Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0.200 > 0.05. Artinya, residu atau sisa perhitungan dari model regresi menyebar secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik multikolinieritas dijelaskan sebagai proses untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linier yang kuat di antara variabel-variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas dapat mengganggu keakuratan model karena menyebabkan kesulitan dalam mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kondisi ini membuat estimasi koefisien regresi menjadi tidak stabil dan dapat menurunkan keandalan hasil analisis regresi.

Untuk mengetahui apakah terjadi multikonearitas pada model regresi, dapat mengukurnya menggunakan **variance inflasi faktor** (VIF). Adapun kriteria dalam Uji Multikolinearitas :

1. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka di nyatakan terjadi multikolinearitas.

Table 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0.535	1.867	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Maanfaat	0.519	1.925	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi Kepercayaan	0.755	1.324	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 sedangkan untuk nilai tolerance > 0.10, dimana :

1. Persepsi Kemudahan : 1.867 < 10.000 atau 0.535 > 0.100
2. Persepsi Manfaat : 1.925 < 10.000 atau 0.519 > 0.100
3. Persepsi Kepercayaan : 1.324 < 10.000 atau 0.755 > 0.100

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak saling berkorelasi atau tidak memiliki keterkaitan satu sama lain. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi apakah ada pelanggaran asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varian residual di seluruh pengamatan dalam model regresi. Jika heteroskedastisitas terjadi, model regresi linier sederhana bisa menjadi tidak efisien dan kurang akurat, serta metode estimasi parameter regresi dengan kemungkinan maksimum dapat terganggu. Dengan kata lain, heteroskedastisitas dapat menurunkan kualitas model dan hasil estimasi parameter yang diperoleh (Zahariyah, 2021). Pendekatan yang di gunakan uji penelitian ini adalah uji *Glejser*. Kriteria untuk pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas :

1. Jika variabel-variabel independen memiliki nilai signifikansi ($\text{sig } t > 0,05$, maka model tersebut tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.
2. Jika variable-variable independent nilai $\text{sig } t < \text{dari } 0,05$ maka model tersebut menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai. Sig	Standar. Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0.334	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat	0.372	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Kepercayaan	0.458	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa nilai siginifikansi untuk variabel independent lebih besar dari 0.05, yaitu variabel Persepsi Kemudahan $0.334 > 0.05$ variabel Persepsi Manfaat $0.372 > 0.05$, dan variabel Kepercayaan $0.458 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bawa variabel independent dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independent terhadap satu variabel terikat atau variabel dependent atau variable (Zahariyah 2021).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.457	2.479		7.042	.000
	X1	.195	.063	.309	3.120	.002
	X2	.136	.068	.199	1.980	.050
	X3	.029	.074	.033	.390	.697

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji regresi linear berganda diatas, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 17.457 + 0.195 (X1) - 0.136 (X2) + 0.029 (X3) + e$$

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta dalam penelitian ini adalah sebesar 17.457 artinya jika tidak ada pengaruh dari persepsi kemudahan, Persepsi Manfaat, maupun Persepsi Kepercayaan (ketiga variabel dianggap nol atau tetap), maka nilai Kepuasan tetap berada pada angka 17.457 Dengan kata lain, meskipun tidak ada perubahan pada ketiga faktor tersebut, seseorang tetap memiliki tingkat kepuasan dasar sebesar itu.

b. Persepsi Kemudahan (X1)

Nilai koefisien pada variabel perencanaan keuangan pada penelitian ini sebesar 0.195 menunjukkan bahwa jika variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka akan berdampak pada peningkatan variabel pengelolaan keuangan sebesar 0.195, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini berarti persepsi kemudahan memang berpengaruh positif terhadap Kepuasan, walaupun pengaruhnya tidak terlalu besar.

c. Persepsi manfaat (X2)

Nilai koefisien regresi pada variabel Persepsi Manfaat adalah 0.136, yang menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan pada Persepsi Manfaat justru menurunkan nilai Kepuasan sebesar 0.136, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Hasil ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh negatif dari persepsi manfaat terhadap kepuasan. Fenomena ini dapat terjadi apabila harapan pengguna terhadap manfaat yang diberikan terlalu tinggi dan tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

d. Persepsi Kepercayaan (X3)

Nilai koefisien regresi untuk variabel Persepsi Kepercayaan adalah 0.029, yang berarti bahwa peningkatan satu satuan dalam Persepsi Kepercayaan akan menyebabkan peningkatan pada Kepuasan sebesar 0.029, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini menunjukkan bahwa Persepsi Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan. Hal ini dapat terjadi apabila tingkat kepercayaan yang tinggi tidak diimbangi dengan pengalaman yang sesuai, sehingga menurunkan kepuasan pengguna.

Uji Hipotesis t (Parsial)

Uji parsial merujuk pada uji yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah atau individu. Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui apakah setiap variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, dengan menggunakan uji statistik t.

Tabel 5. Hasil Uji T Parsial

Variabel	T Hitung	T tabel	Sig	Keterangan
Persepsi Kemudahan	3.120	1.976	0.02	Berpengaruh Signifikan
Persepsi Manfaat	1.980	1.976	0.05	Berpengaruh Signifikan
Persepsi Kepercayaan	0.390	1.976	0.697	Tidak Berpengaruh Signifikan

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan Tabel 5 Uji Parsial (T), menunjukkan hasil sebagai berikut:

- Persepsi Kemudahan (X1) memiliki nilai T hitung sebesar 3.120 dan nilai signifikan (sig) sebesar 0.02. Karena nilai sig $0.02 < 0.05$, maka H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Persepsi Kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan. Dengan kata lain, semakin mudah mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa dalam menggunakan aplikasi BRIMO, semakin puas mereka menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan ini bisa berupa fitur-fitur yang mudah diakses, tampilan yang sederhana, dan aplikasi yang mudah dipahami. Semua hal itu membuat mahasiswa merasa nyaman dan puas ketika memakai BRIMO.
- Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai T hitung sebesar 1.980 dan nilai sig sebesar 0.05. Karena nilai sig sama dengan 0.05, maka H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Persepsi Manfaat berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan. Artinya, semakin mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa merasa aplikasi BRIMO memberi manfaat seperti mempermudah transaksi, menghemat waktu, dan membantu mengatur keuangan maka semakin puas mereka menggunakan aplikasi tersebut. Semakin banyak manfaat yang dirasakan mahasiswa, semakin besar pula kepuasan mereka saat menggunakan BRIMO.
- Nilai T hitung yang dihasilkan pada variabel Persepsi Kepercayaan (X3) adalah 0,390 dengan nilai signifikansi 0,697. Karena nilai signifikansi $0,697 > 0,05$, maka H1 ditolak dan H0 diterima. Artinya, variabel Persepsi Kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Halini menunjukkan, kepercayaan memang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi. Namun, dalam penelitian ini, mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa lebih fokus pada faktor kemudahan penggunaan dan manfaat nyata yang dirasakan saat menggunakan aplikasi BRIMO. Oleh karena itu, faktor-faktor lain seperti kualitas sistem, kenyamanan penggunaan, serta manfaat praktis dari aplikasi BRIMO lebih dominan dalam membentuk kepuasan mahasiswa dibandingkan dengan faktor kepercayaan.

Uji Koefisien Determinasi

R Square (R^2) atau kuadrat dari R adalah koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ini dapat dikonversi ke bentuk persentase, yang merepresentasikan kontribusi atau sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.483a	.233	.217	3.79528

Sumber: data di olah 2025

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.233. Hal ini berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 23,3% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

Jika Pengambilan data dalam penelitian ini di per-oleh dari hasil penyebaran kuesioner yang di

lakukan secara offline kepada Mahasiswa yang ada di Universitas Teknologi Sumbawa yang berusia 19-30 tahun, menggunakan Aplikasi BRIMO dan tabulasi menggunakan 1 kali dalam sebulan. Data yang terkumpul di olah yang hasilnya nanti akan digunakan untuk menganalisis dengan menggunakan alat analisis dalam penelitian ini yaitu SPSS dengan teknik analisis data yaitu regresi linier berganda sehingga hasilnya akan diuraikan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan nilai signifikansi 0,02 ($< 0,05$), sehingga hipotesis diterima. Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa merasa terbantu dengan fitur BRIMO yang sederhana, navigasi yang mudah, serta proses transaksi cepat dan efisien. Hal ini mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan aplikasi, bahkan untuk kebutuhan yang tidak mendesak.

Sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989), persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) menjadi faktor utama dalam penerimaan teknologi. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat kepuasan penggunaanya. Data kuesioner memperkuat hal ini dengan rata-rata jawaban 3,14–3,32, menunjukkan mayoritas mahasiswa menilai BRIMO mudah digunakan dalam berbagai kondisi.

Kemudahan navigasi, kecepatan transaksi, serta fitur yang mudah dipahami tanpa pelatihan khusus menciptakan pengalaman positif bagi mahasiswa. Hal ini menumbuhkan sikap positif terhadap BRIMO dan meningkatkan kepuasan penggunaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan pendorong utama kepuasan pengguna, selaras dengan penelitian Rena Deliyana (2022) dan Nyimas Artina (2021) yang menemukan pengaruh positif signifikan persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah mobile banking.

2. Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan

Hasil Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai signifikansi 0,05 ($< 0,05$). Artinya, hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat memberikan kontribusi nyata terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi BRIMO.

Mahasiswa merasakan manfaat BRIMO tidak hanya untuk transaksi rutin, tetapi juga dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien, seperti transfer antarbank, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, hingga penarikan tunai tanpa kartu. Fitur-fitur ini membuat kebutuhan finansial terpenuhi lebih cepat dan praktis, sehingga menciptakan kepuasan.

Sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989), persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) merupakan faktor utama penerimaan teknologi. Saat pengguna merasakan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan, akan muncul sikap positif yang berdampak pada kepuasan. Dalam konteks BRIMO, manfaat berupa efisiensi waktu, fleksibilitas transaksi, serta kemudahan pengelolaan keuangan mandiri dirasakan secara nyata oleh mahasiswa.

Hasil kuesioner mendukung hal ini, dengan rata-rata skor 3,13–3,27 yang tergolong cukup baik, mencerminkan mayoritas mahasiswa menilai BRIMO memberi kemudahan dan nilai tambah dalam aktivitas keuangan. Persepsi manfaat juga menyentuh aspek psikologis, yaitu rasa tenang dan percaya diri mahasiswa dalam mengelola transaksi secara mandiri.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Findy Amelia & Tri Indra Wijaksana (2020) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah pada LinkAja di

Indonesia. Hal serupa juga ditemukan oleh Aulia Septiana (2023), bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Mobile Banking di Semarang.

3. Persepsi kepercayaan terhadap Kepuasan

Hasil Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dengan nilai signifikansi 0,697 ($> 0,05$). Artinya, meskipun mahasiswa menilai BRIMO sebagai aplikasi yang aman dan terpercaya, faktor kepercayaan tidak memberikan pengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan mereka.

Secara deskriptif, hasil kuesioner menunjukkan rata-rata skor kepercayaan 3,39–3,55 yang termasuk kategori baik. Hal ini mencerminkan adanya keyakinan mahasiswa terhadap reputasi BRI, perlindungan data pribadi, dan sistem keamanan transaksi BRIMO. Namun, dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), kepercayaan bukan variabel inti. Faktor utama yang memengaruhi kepuasan adalah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*). Dengan demikian, kepercayaan lebih berperan sebagai faktor pendukung, bukan penentu kepuasan secara langsung.

Mahasiswa menganggap keamanan sebagai standar wajib dalam layanan perbankan digital, sehingga tidak menjadi tolok ukur utama kepuasan. Mereka lebih menekankan pada manfaat nyata dan kemudahan penggunaan, seperti kecepatan transaksi, kemudahan navigasi, serta kelengkapan fitur. Hal ini menjelaskan mengapa persepsi manfaat dan kemudahan lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan dibandingkan kepercayaan.

Temuan ini sedikit berbeda dengan penelitian Putri, Ghafur & Arifin (2024) serta Findy Amelia & Tri Indra Wijaksana (2020) yang menemukan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan digital banking. Dalam konteks BRIMO, hasil penelitian ini justru menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa lebih mengutamakan kemudahan dan manfaat, sementara kepercayaan hanya dianggap sebagai syarat dasar yang harus ada. Dengan demikian, pengembangan BRIMO ke depan sebaiknya tetap menjaga sistem keamanan yang sudah baik, sekaligus terus meningkatkan fitur yang bermanfaat dan memastikan aplikasi tetap mudah digunakan agar kepuasan pengguna semakin tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan untuk menjawab tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Kepuasan (Y) diperoleh nilai thitung (3.120) $>$ ttabel (1,976) yang dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa H1 diterima dengan nilai signifikansi sebesar $0.02 < 0.05$. yang artinya persepsi kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRIMO di kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh Persepsi Manfaat (X2) terhadap kepuasan (Y) diperoleh nilai thitung (1.980) $>$ ttabel (1,976) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa H2 diterima dengan nilai signifikansi sebesar $0.05 < 0.05$. artinya persepsi manfaat berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRIMO di kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pengaruh persepsi kepercayaan (X3) terhadap kepuasan (Y)

diperoleh nilai thitung (0.390) > ttabel (1,976) yang dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa H3 diterima dengan nilai signifikansi sebesar $0.697 < 0.05$. yang artinya persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi BRIMO di kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0* (Edisi Indonesia). Desa Banjaran: Eureka Media Aksara.
- Amruddin, et al. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Aminuddin, H., et al. (2020). *Manajemen pemasaran dan perilaku konsumen: Prinsip dasar, strategi dan implementasi* (Edisi 1). Yogyakarta: Diandra Kreatif/Mirra Buana Media.
- Anggraini, N. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan e-money di Kota Palembang. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Universitas Multi Data Palembang*.
- Aris, A., et al. (2023). *Manajemen pemasaran*. Bandung, Jawa Barat: Widina Bhakti Persada.
- Bayu, A., & Enny, I. S. (2025). Evaluasi dan desain antarmuka pengguna aplikasi kesehatan berbasis kebutuhan pengguna. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia (JPTI)*.
- Ciek, J. H., et al. (2024). Transformasi sosial-ekonomi dalam era ekonomi digital: Analisis sosiologi ekonomi terhadap dinamika platform online. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan persepsi kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan mobile banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*.
- Dian, C. S., et al. (2021). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Fajriyah, I. (2023). Pengaruh kualitas sistem dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi BRIMO. *Jurnal Ekonomi dan Teknologi*.
- Febriansyah, N. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan fitur produk terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri di Kota Semarang. *Eprints*.
- Fenti, H. (2017). *Metodologi penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic bank. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*.
- Hardani, et al. (2020). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Jayani, D. H. (2021, June 11). Jumlah pengunjung Tokopedia kalahkan Shopee pada kuartal I-2021. *Databoks Katadata*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/11/jumlah-pengunjungtokopedia>
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). Pengaruh kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan brand image terhadap kepuasan konsumen melakukan pembayaran menggunakan QRIS. *K&K: Jurnal Manajemen*.
- Kasimun, L. E., & Barkah. (2023). Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap kepuasan dan kepercayaan menggunakan CUPK Mobile (Studi pada anggota CUPK). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*.

- Murthy, S. (2022). E-banking and customers' satisfaction in public and private sector banks in Karnataka: An empirical analysis. *Journal of Positive School Psychology*, 8.
- Nandang, L., et al. (2022). *Manajemen pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta.
- Ningsih, W. P. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, dan keamanan terhadap niat menggunakan e-money. *Jurnal Aplikasi Ekonomi*.
- Pambagyo, R. D., & Hasnawati, S. (2024). Literasi digital dan pengaruhnya terhadap penggunaan mobile banking di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*.
- Prasetia, I. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang pada aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. Perpustakaan Nasional: CV. Wade Group.
- Putri, P. F. S., Dellia, P., Azizi, A. F., Mashitoh, P. A., & Iriansyah, M. D. P. (2024). Analisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi M-Banking BRImo pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura menggunakan End User Computing Satisfaction (EUCS). *JATI*.
- Ramadhanti, C., & Indrawati, I. (2023). Effect of service to satisfaction and the impact on loyalty of BRImo users. *Enrichment: Journal of Management*.
- Ritonnga, W. (2020). *Manajemen pemasaran*. Surabaya: PT Muara Karya (IKAPI).
- Rizan, M. (2018). *Kepuasan penggunaan sistem informasi*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Satriadi, et al. (2021). *Manajemen pemasaran* (Edisi 1). Yogyakarta: Samudra Biru.
- Setyawan, A. D. (2021). *Hipotesis dan variabel penelitian*. Jawa Tengah: Tahta Media Group.
- Sholahuddin, R. W. (2022). *Teori acceptance model* (Edisi 1). Malang, Jawa Timur: CV Seribu Bintang.
- Sihotang, J. S., Sazali, F. H., Pakpahan, R., & Sinaga, R. F. (2025). Analisis pemahaman penggunaan sistem pembayaran transaksi keuangan menggunakan BRImo terhadap mahasiswa Prodi Kewirausahaan UNIMED. *Jurnal PLANS*.
- Saputra, M. S., & Nurjihad, M. (2023). Sikap mahasiswa dalam adopsi aplikasi keuangan BRImo dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *BIOS: Jurnal Teknologi Informasi dan Rekayasa Komputer*.
- Soetam, R. W. (2022). *Teori acceptance model* (Edisi 1). Malang: CV Seribu Bintang.
- Tiodor, S., & Imam, M. (2023). Strategi "mem-BRIMOkan Indonesia" sebagai bentuk digitalisasi sektor perbankan di Bank Rakyat Indonesia KK UNISMA. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pendidikan*.
- Wier, R. (2020). *Manajemen pemasaran*. Surabaya: PT Muara Karya (IKAPI).
- Yuni, N., Ummah, & Samira, A. W. (2020). *Inovasi pemanfaatan teknologi informasi pada industri perbankan: Studi terhadap penggunaan mobile banking* (Edisi 1). Yogyakarta: Ekonisia.
- Zahariyah, A., et al. (2021). *Ekonometrika: Teknik dan aplikasi dengan SPSS*. Jawa Timur: Mandala Press.
- Zebua, M. K., et al. (2024). Analisis persepsi masyarakat tentang kemudahan penggunaan layanan aplikasi BRImo di Desa Tumori. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.