

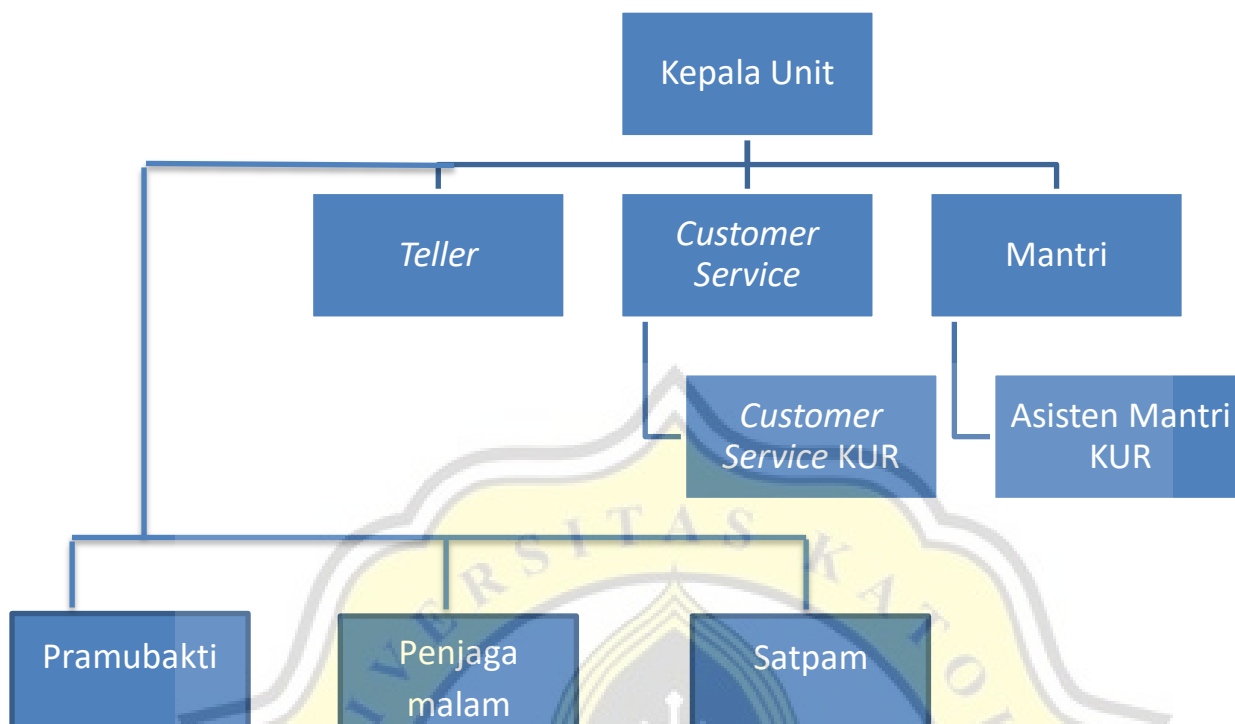
BAB IV

ANALISIS & PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan yang merupakan salah satu kantor unit Bank Rakyat Indonesia yang ada di Kota Semarang. Beralamat di Jalan Sukarno Hatta Tlogobiru III No. 1 Semarang. Saat ini karyawan PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari berjumlah 19 orang. PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari memiliki nasabah sebanyak 664 orang. Kegiatan usaha yang dilakukan seperti usaha pinjaman, usaha simpanan, kredit dan usaha lain yang menyangkut jasa perbankan. Berawal dari visi perusahaan yaitu menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah, serta misi perusahaan yang ingin memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). *Stakeholder* yang dimaksud terdiri dari pemegang saham, karyawan, nasabah, pemerintah dan masyarakat sekitar.

Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Data primer 2022

Gambaran Responden

Responden dalam penelitian ini sejumlah sampel yang telah didapatkan yaitu sebesar 120 nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari. Berikut gambaran responden dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan.

4.1.1 Responden Berdasarkan Usia & Jenis Kelamin

Berdasarkan Tabel 4.1. dibawah dapat diketahui bahwa responden terbanyak pada penelitian ini berada pada rentang usia diatas 40 – 50 tahun. Dengan jumlah laki-laki lebih banyak yaitu 25 orang, sedangkan perempuan 16 orang. Jumlah responden paling sedikit berada pada rentang usia diatas 60 – 70 tahun sebanyak 4 orang.

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia & Jenis Kelamin

Usia	Jumlah	L	P
>20 – 30	19	7	12
>30 – 40	29	11	18
>40 – 50	41	25	16
>50 – 60	27	22	5
>60 – 70	4	2	2
Total	120	67	53
Persentase	100 %	55,83%	44,16%

Sumber : Data Primer 2022

Pada penelitian ini didapatkan lebih banyak responden laki-laki sebanyak 67 orang atau 55,83 % daripada responden perempuan sebanyak 53 orang atau 44,16 %. Dapat disimpulkan bahwa responden nasabah BRI Tlogosari mayoritas berada pada usia produktif yaitu orang yang masih mampu bekerja dan mampu menghasilkan sesuatu.

4.1.2 Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan Tabel 4.2. diatas dapat diketahui bahwa responden nasabah BRI Tlogosari paling banyak memiliki tingkat pendidikan terakhir SLTA / SMA sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 50 %. Diperingkat kedua Sarjana sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar 44,16 %.

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase %
SLTP	6	5 %
SLTA	61	50,83 %
SARJANA	53	44,16 %
TOTAL	120	100 %

Sumber : Data Primer 2022

Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini nasabah BRI Tlogosari tergolong memiliki pendidikan yang cukup baik, yaitu didominasi oleh SLTA & Sarjana.

4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Tabel 4.3. dibawah dapat diketahui bahwa responden paling banyak bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 39 orang dengan persentase 32,5 %.. Diperingkat kedua responden bekerja sebagai Karyawan sebanyak 37 orang dengan persentase 30,83 %.

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Karyawan	37	30,83 %

Wiraswasta	39	32,5 %
PNS	3	2,5 %
Pensiunan	5	4,16 %
Guru	3	2,5 %
Satpam	1	0,83 %
Dokter	1	0,83 %
Ibu Rumah Tangga	5	4,16 %
Petani	1	0,83 %
ART	1	0,83 %
ABRI	1	0,83 %
Buruh	4	3,33 %
Polisi	1	0,83 %
Bidan	1	0,83 %
Mahasiswa	5	4,16 %
Penyiar radio	1	0,83 %
Penjaga malam	1	0,83 %
Juru masak	1	0,83 %
Ustad	1	0,83 %
Lain-lain	8	6,66 %
Total	120	100 %

Sumber : Data Primer 2022

Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BRI Tlogosari adalah Wiraswasta dan Karyawan.

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Inovasi Pengaruh Layanan Digital Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari dapat dilihat dari layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah, tingkat kepuasan nasabah, tingkat retensi nasabah analisa pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction*.

4.2.1 Layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari

Layanan digital perbankan merupakan kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital yang dimiliki Bank BRI, dengan menggunakan media digital milik nasabah BRI yang dilakukan secara mandiri. Hal tersebut memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, penutupan rekening dan lain-lain. Layanan digital BRI terdiri dari *Brimo*, *IB*, *ATM BRI*, *Brilink/Mini ATM*, *Brizzi*, *SMS Banking*, *E-Buzz*, *Mocash*, *Kiosk*, *QRIS*. Pada penelitian ini layanan digital perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah dapat dilihat dari 2 kategori yaitu layanan digital yang dibutuhkan oleh nasabah dan layanan digital yang tidak dibutuhkan nasabah. Tidak membutuhkan bukan berarti tidak suka, tetapi terdapat faktor kurangnya sosialisasi dan ketidaktahuan nasabah mengenai aplikasi layanan digital tersebut.

Tabel 4. 4 Layanan Digital E- Channel Perbankan Yang Dibutuhkan Oleh Nasabah

Layanan Digital E-Channel	Membutuhkan	Tidak Membutuhkan
<i>BRIMO</i>	79	41
<i>IB</i>	8	112
ATM BRI	93	27
<i>BRILINK/MINI ATM</i>	22	98

<i>BRIZZI</i>	28	92
<i>SMS BANKING</i>	11	109
<i>E-BUZZ</i>	21	99
<i>MOCASH</i>	12	108
<i>KIOSK</i>	16	104
<i>QRIS</i>	41	79

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 menyatakan bahwa sebanyak 79 nasabah membutuhkan layanan digital berupa *BRIMO*, sedangkan sebanyak 41 nasabah menjawab tidak membutuhkan *BRIMO*.

Kemudian sebanyak 93 nasabah membutuhkan ATM & 27 nasabah tidak membutuhkan ATM. Hal tersebut dikarenakan ATM merupakan layanan digital yang tidak terpisahkan dengan perbankan dengan fungsi untuk tarik tunai, setor tunai, dll.

Sebanyak 28 nasabah membutuhkan *Brizzi* dan 92 nasabah tidak membutuhkan *Brizzi*. Sebanyak 41 nasabah membutuhkan *QRIS* & 79 nasabah tidak membutuhkan *QRIS*.

Jika dilihat berdasarkan baris, urutan layanan digital BRI yang dibutuhkan nasabah adalah *BRIMO*, ATM, *Brizzi* & *QRIS*. Untuk *Brizzi* & *QRIS* lebih banyak nasabah yang tidak membutuhkan dengan alasan nasabah tersebut belum terlalu membutuhkan *Brizzi* & *QRIS*, mereka lebih sering menggunakan layanan digital BRI yang pada umumnya.

Kemudian untuk layanan digital *IB* berada pada kategori sedikit sekali yang membutuhkan hanya 8 nasabah saja. Kategori rendah/sedikit dibutuhkan oleh nasabah lainnya *Brilink/Mini ATM BRI*, *E-Buzz*, *Mocash*, *SMS Banking* & *Kiosk*.

Dapat dilihat pada Tabel 4.6 bahwa lebih banyak nasabah yang tidak membutuhkan *Brilink/Mini ATM BRI, E-Buzz, Mocash, SMS Banking & Kiosk* karena belum sesuai dengan kebutuhan nasabah, tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah karena layanan digital sudah usang seperti *SMS Banking*. Kemudian banyak nasabah yang tidak mengetahui layanan digital *E-Buzz, Mocash, Kiosk*. Dapat disimpulkan Layanan Digital yang dibutuhkan oleh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari adalah *BRIMO, ATM, Brizzi & QRIS*.

Tabel 4. 5 Layanan Digital Loans, Digital Ecosystem Integration, Digital Community Yang Dibutuhkan Oleh Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari

Layanan Digital Loans	Membutuhkan	Tidak Membutuhkan
Ceria	48	72
Digital Ecosystem & Integration	Membutuhkan	Tidak Menjawab
BRIAPI	15	105
Junio Smart	20	100
BRIMOLA	12	108
BRI Smart Billing	12	108
BRI Store	27	93
Digital Community	Membutuhkan	Tidak Menjawab
Indonesia Mall	45	75
Britech	28	92

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa nasabah BRI Tlogosari tidak mengetahui layanan digital BRI secara keseluruhan yang meliputi Ceria, BRIAPI, Junio Smart, BRIMOLA, BRI Smart Billing, BRI Store, Indonesia Mall, Britech dapat terlihat dari mayoritas nasabah menjawab tidak membutuhkan dan tidak menjawab.

4.2.2 Tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari atas layanan digital jasa perbankan

Kepuasan nasabah merupakan persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi setiap bertransaksi online menggunakan layanan digital BRI sehingga diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah. Tingkat kepuasan nasabah BRI Tlogosari dalam menggunakan layanan digital dibagi menjadi 2 kategori yaitu Rendah dan Tinggi. Ada 33 pernyataan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari atas layanan digital jasa perbankan. Tabel berikut merupakan hasil persepsi responden :

Tabel 4. 6 Tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari atas layanan digital jasa perbankan

Pernyataan	Rata rata	Kategori
Keamanan & Privasi		
Layanan digital memiliki pengamanan yang membuat saya merasa nyaman dalam melakukan transaksi (Item Kuesioner yg didapat dari teori)	4,66	Tinggi/Baik
Layanan digital memastikan kerahasiaan informasi pribadi saya	4,65	Tinggi/Baik
Layanan digital tidak menyalahgunakan informasi pribadi saya	4,65	Tinggi/Baik
Layanan digital memiliki standar dan alat teknologi yang memadai untuk memastikan bahwa data yang saya kirim tidak dapat diubah oleh orang yang tidak berwenang	4,67	Tinggi/Baik
Layanan digital mematuhi undang-undang perlindungan data pribadi	4,67	Tinggi/Baik
Layanan digital hanya mengumpulkan data pribadi pengguna yang diperlukan untuk fungsinya	4,67	Tinggi/Baik

Layanan digital tidak memberikan informasi pribadi saya kepada orang lain tanpa saya ijin	4,66	Tinggi/Baik
Layanan digital memperhatikan privasi penggunanya	4,67	Tinggi/Baik
Total	4,66	Tinggi/Baik
Kepercayaan		
Layanan digital dapat dipercaya untuk memberikan layanan kepada penggunanya	4,59	Tinggi/Baik
Saya berharap akan menggunakan layanan digital secara meningkat di masa mendatang	4,46	Tinggi/Baik
Saya percaya bahwa semua informasi pribadi saya akan tetap berada di portal layanan digital	4,69	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI selalu meningkatkan perhatian dan minat saya	4,26	Tinggi/Baik
Saya mempercayai manfaat yang diberikan oleh layanan digital BRI	4,41	Tinggi/Baik
Total	4,48	Tinggi/Baik
Akseibilitas		
Desain layanan digital BRI sangat efisien	4,27	Tinggi/Baik
Desain layanan digital BRI menyediakan prosedur, proses & instruksi yang jelas dan mudah diikuti	3,91	Tinggi/Baik
Desain layanan digital BRI bersifat interaktif dan menarik bagi saya	4,19	Tinggi/Baik

Desain layanan digital BRI secara visual menarik	4,37	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI mudah diakses	4,37	Tinggi/Baik
Total	4,22	Tinggi/Baik
Kesadaran Publik		
Layanan digital BRI menepati semua janji dan komitmen penggunanya	4,33	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI meningkatkan kesadaran tentang keamanan datanya	4,53	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI selalu mendorong penggunanya untuk melakukan transaksi secara online	4,25	Tinggi/Baik
Total	4,37	Tinggi/Baik
Kualitas Publik		
Layanan digital BRI memungkinkan saya untuk menyelesaikan transaksi lebih cepat	4,42	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI memungkinkan saya untuk meningkatkan kinerja dalam memanfaatkan transaksi perbankan secara online	4,50	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI memungkinkan saya menyelesaikan lebih banyak transaksi perbankan dalam langkah yang lebih sedikit	4,43	Tinggi/Baik
Interaksi dengan Layanan digital BRI jelas dan dapat dimengerti	4,32	Tinggi/Baik
Mudah untuk melakukan apa yang ingin saya lakukan menggunakan Layanan digital BRI	4,30	Tinggi/Baik

Layanan digital BRI memungkinkan saya melacak transaksi perbankan dengan berbagai opsi dan lebih sedikit kesalahan	4,24	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI meningkatkan kemampuan saya untuk menyelesaikan transaksi perbankan tanpa masalah, kesalahpahaman dan penundaan	4,32	Tinggi/Baik
Saya berniat untuk menggunakan Layanan digital BRI di masa depan	4,46	Tinggi/Baik
Layanan digital BRI menyediakan platform solusi masalah	4,13	Tinggi/Baik
Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan Layanan digital BRI	4,40	Tinggi/Baik
Total	4,35	Tinggi/Baik

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 tingkat kepuasan nasabah BRI atas layanan digital berupa *BRIMO*, *Brizzi*, *QRIS* & *SMS Banking* berada dalam kategori Tinggi/Baik. Pada indikator keamanan & privasi memiliki rata-rata paling tinggi sebesar 4,66 dalam kategori Tinggi/Baik. Berarti selama ini BRI Tlogosari telah memiliki pengamanan & privasi yang membuat nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi.

Kemudian diperingkat kedua yaitu indikator Kepercayaan sebesar 4,48 dalam kategori Tinggi/Baik, artinya layanan digital mampu dipercaya untuk memberikan layanan kepada penggunanya. Namun yang perlu ditingkatkan adalah Layanan digital harus mampu untuk selalu meningkatkan perhatian dan minat para nasabah karena berdasarkan hasil penelitian skor berada dalam kategori terendah pada indikator Kepercayaan.

Diperingkat ke 3 yaitu Kesadaran Publik yang memiliki skor rata-rata sebesar 4,37 berada dalam kategori Tinggi/Baik. Meskipun berada dalam kategori

tinggi namun skor pada item layanan digital BRI selalu mendorong penggunaannya untuk melakukan transaksi secara online berada dalam skor yang paling rendah sehingga perlu dilakukan perbaikan.

Kemudian diperingkat ke 4 yaitu Kualitas Publik dengan total rata-rata sebesar 4,35 dalam kategori tinggi/baik artinya Layanan digital BRI memungkinkan nasabah untuk menyelesaikan transaksi lebih cepat. Namun yang perlu diperbaiki yaitu kemudahan dalam menggunakan layanan digital BRI, kemudahan dalam melacak transaksi perbankan dengan berbagai opsi dan lebih sedikit kesalahan, kemudian menyediakan adanya platform solusi masalah. Hal-hal tersebut perlu diperbaiki karena memiliki skor yang lebih rendah.

Selanjutnya diperingkat ke 5 yaitu Akseibilitas dengan rata-rata skor 4,22 termasuk dalam kategori tinggi/baik namun merupakan skor indikator yang paling rendah daripada indikator-indikator yang lainnya. Sehingga BRI Unit Tlogosari perlu banyak melakukan perbaikan pada indikator Akseibilitas yang meliputi perbaikan desain layanan digital BRI menyediakan prosedur, proses & instruksi yang jelas dan mudah diikuti, perbaikan desain layanan digital BRI supaya lebih bersifat interaktif dan menarik bagi nasabah, perbaikan desain layanan digital BRI supaya efisien.

4.2.3 Pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction*

Sebelum dilakukan pengujian pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction* dilakukan terlebih dahulu uji prasyarat analisis yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas & Uji Heterokedastisitas. Kemudian melakukan pengujian analisis regresi berganda pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction*, lalu melakukan pengujian Uji T, Uji F & Koefisien Determinasi lalu disimpulkan Hipotesis.

Hasil uji prasyarat analisis

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang sangat penting karena apabila data pada penelitian tidak normal maka data penelitian tersebut tidak layak untuk dijadikan sebagai data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan alat pengujian yaitu SPSS. Pengujian dengan SPSS mengharuskan bahwa data pada penelitian harus normal. Normal atau tidaknya sebuah data penelitian dapat dilihat melalui pengujian statistik dengan cara uji Kolmogorov Smirnov.

Tabel 4. 7 Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.20558763
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.048
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Diolah 2022

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *Asymp Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Pengujian kolmogorov smirnov pada suatu data dikatakan terdistribusi normal jika nilai *Asymp Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terbukti terdistribusi secara normal, sehingga data pada penelitian ini dapat dan layak digunakan.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menguji ada atau tidak adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Untuk melihat adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*

Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-9.722	13.292		-.731	.466		
	Efficiency (X1)	1.403	.390	.197	3.601	.000	.411	2.432
	Reliability (X2)	.945	.430	.111	2.196	.030	.484	2.066
	Responsivenss (X3)	.924	.393	.122	2.350	.021	.460	2.174
	Personal Needs (X4)	1.709	.591	.125	2.889	.005	.654	1.528
	Site organization (X5)	-2.120	.937	-.089	-2.261	.026	.789	1.267
	Fulfilment (X6)	2.289	.844	.100	2.712	.008	.908	1.101
	Security/Trust (X7)	2.110	.482	.321	4.375	.000	.229	4.369
	Ease of Use (X8)	1.234	.528	.105	2.338	.021	.613	1.632
	Privacy (X9)	2.592	.749	.234	3.460	.001	.269	3.715

a. Dependent Variable: totally

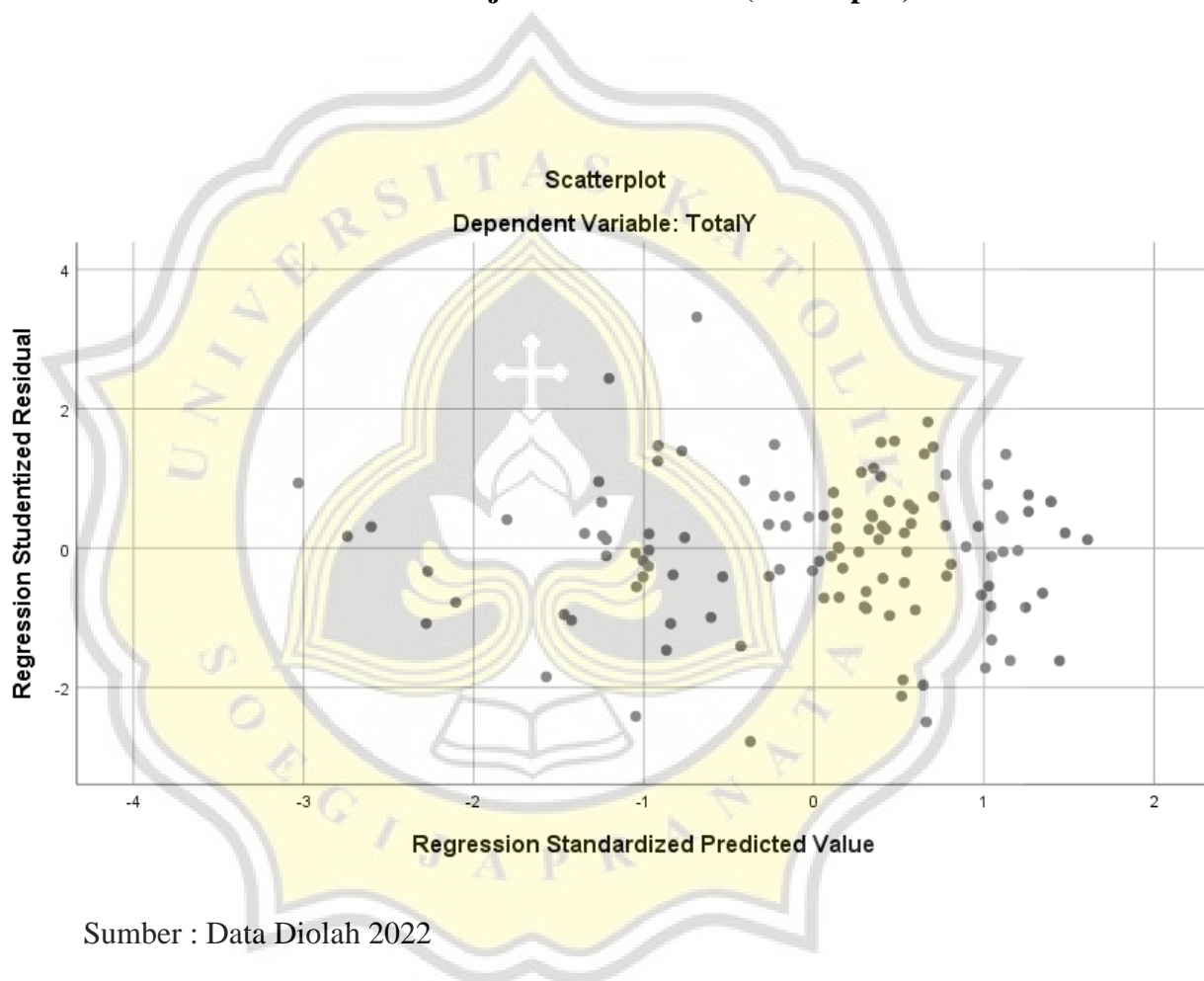
Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel independen yang menunjukkan nilai *Tolerance* > 0.10, begitu juga dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10. Maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dengan variabel dependen. Nilai *Tolerance* > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heterokedasitas (Scatterplot)

Heteroskedastisitas artinya terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji Scatterplot. Pada penelitian ini hasil uji Scatterplot dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

Gambar 4. 2 Uji Heterokedasitas (Scatterplot)



Tabel 4.11. menunjukkan bahwa 10 Variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik pada grafik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak.

4.2.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara variabel bebas dengan variabel terikat untuk melihat pengaruh positif atau negatif variabel *E-Satisfaction* apabila variabel ketika dimensi *Efficiency* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Personal Needs* (X4), *site organization* (X5), *Fulfilment* (X6), *Security/Trust* (X7), *Ease of Use* (X8) *Privacy* (X9) mengalami penurunan atau kenaikan (Sugiyono, 2016). Hasil output dengan menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	-9.722	13.292			
	Efficiency (X1)	1.403	.390	.197	3.601	.000
	Reliability (X2)	.945	.430	.111	2.196	.030
	Responsiveness (X3)	.924	.393	.122	2.350	.021
	Personal Needs (X4)	1.709	.591	.125	2.889	.005
	Site Organization (X5)	-2.120	.937	-.089	-2.261	.026
	Fulfilment (X6)	2.289	.844	.100	2.712	.008
	Security/Trust (X7)	2.110	.482	.321	4.375	.000
	Ease of Use (X8)	1.234	.528	.105	2.338	.021
	Privacy (X9)	2.592	.749	.234	3.460	.001

a. Dependent Variable: totally

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.12. menunjukkan terdapat pengaruh variabel bebas *E-SERVQUAL* berupa dimensi *Efficiency* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Personal Needs* (X4), *Site organization* (X5), *Fulfilment* (X6), *Security/Trust* (X7), *Ease of Use* (X8) *Privacy* (X9) , dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + 1.403 X1 + 0.945 X2 + 0.924 X3 + 1.709 X4 - 2.120 X5 + 2.289 X6 + 2.110 X7 + 1.234 X8 + 2.592 X9 + e , \text{ dengan pengertian sebagai berikut:}$$

$a = -9.722$, artinya apabila $X1 = X2 = X3 = X4 = X5 = X6 = X7 = X8 = X9 = 0$, maka nilai $Y = -9.722$, Dalam hal ini *Efficiency*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Personal Needs*, *site organization*, *Fulfilment*, *Security/Trust*, *Ease of Use*, *Privacy* tidak mungkin nol, sehingga intepretasi ini tidak bermakna, sejalan dengan kutipan dari Christopher Dougherty (2001) yang menyatakan bahwa *sometimes the constant will have a clear meaning, but sometimes not.*

$b1 = 1.403$, artinya apabila $X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9$ adalah 0, kenaikan $X1$ sebesar 1 % akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 1.403. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi $X1$ / *Efficiency* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Efficiency* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b2 = 0.945$, artinya apabila $X1, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9$ adalah 0, kenaikan $X2$ sebesar 1 % akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 0.945. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi $X2$ / *Reliability* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Reliability* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b3 = 0.924$, artinya apabila $X1, X2, X4, X5, X6, X7, X8, X9$ adalah 0, kenaikan $X3$ sebesar 1 % akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 0.924. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi $X3$ / *Responsiveness* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Responsiveness* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b_4 = 1.709$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9$ adalah 0, kenaikan X_4 sebesar 1 % akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 1.709. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_4 / *Personal Needs* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Personal Needs* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b_5 = -2.012$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_6, X_7, X_8, X_9$ adalah 0, setiap kenaikan 1 % nilai X_5 akan menyebabkan penurunan Y sebesar -2.012. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_5 / *site organization* berpengaruh ke arah negatif pada *e-satisfaction* nasabah BRI Tlogosari, nasabah lebih memperhatikan faktor-faktor lainnya daripada estetika/keindahan layanan digital. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Baber (2019) yang menyatakan bahwa *Site Organization* tidak penting karena nasabah bank syariah tidak memilih bank berdasarkan suasana dan estetika.

$b_6 = 2.289$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_7, X_8, X_9$ adalah 0, kenaikan X_6 sebesar 1 % nilai X_6 akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 2.289. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_6 / *Fulfilment* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Fulfilment* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b_7 = 2.110$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_8, X_9$ adalah 0, kenaikan X_7 sebesar 1 % nilai X_7 akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 2.110. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_7 / *Security/Trust* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Security/Trust* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b_8 = 1.234$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_9$ adalah 0, kenaikan X_8 sebesar 1 % nilai X_8 akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 1.234. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_8 / *Ease of Use* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Ease of Use* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

$b_9 = 2.592$, artinya apabila $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8$ adalah 0, kenaikan X_9 sebesar 1 % nilai X_9 akan menyebabkan kenaikan Y sebesar 2.592. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi X_9 / *Privacy* berkontribusi positif bagi *E-Satisfaction*, sehingga semakin besar *Privacy* yang diberikan, maka akan semakin besar pula *E-Satisfaction* yang dirasakan.

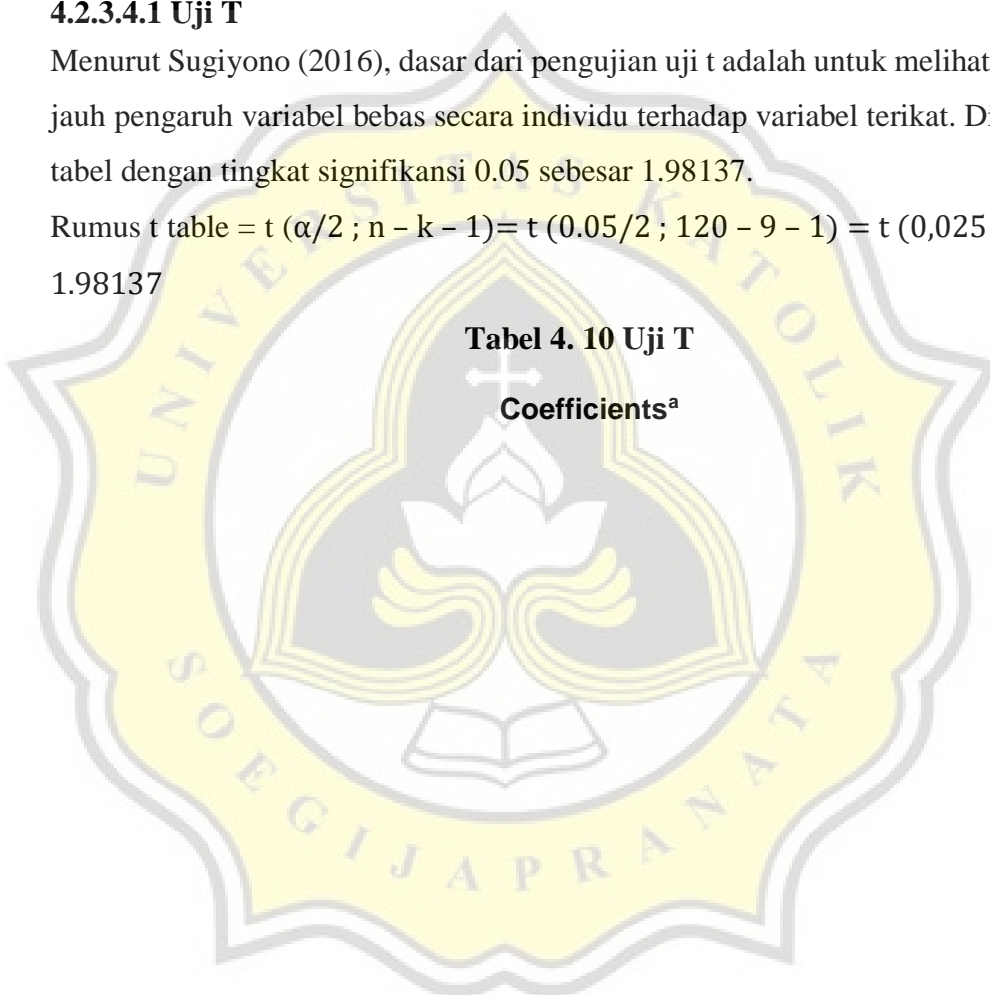
4.2.3.4.1 Uji T

Menurut Sugiyono (2016), dasar dari pengujian uji t adalah untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Diketahui t tabel dengan tingkat signifikansi 0.05 sebesar 1.98137.

Rumus t table = $t(\alpha/2 ; n - k - 1) = t(0.05/2 ; 120 - 9 - 1) = t(0,025 ; 112) = 1.98137$

Tabel 4. 10 Uji T

Coefficients^a



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	-9.722	13.292		- .731	.466
	Efficiency (X1)	1.403	.390	.197	3.601	.000
	Reliability (X2)	.945	.430	.111	2.196	.030
	Responsiveness (X3)	.924	.393	.122	2.350	.021
	Personal Needs (X4)	1.709	.591	.125	2.889	.005
	Site Organization (X5)	-2.120	.937	-.089	-2.261	.026
	Fulfillment (X6)	2.289	.844	.100	2.712	.008
	Security/Trust (X7)	2.110	.482	.321	4.375	.000
	Ease of Use (X8)	1.234	.528	.105	2.338	.021
	Privacy (X9)	2.592	.749	.234	3.460	.001

a. Dependent Variable: totally
Sumber : Data Diolah 2022

Dari Tabel 4.13 di atas, dilihat bahwa t hitung untuk dimensi *Efficiency* sebesar $3.601 > 1.98$, *Reliability* sebesar $2.196 > 1.98$, *Responsiveness* sebesar $2.350 > 1.98$, *Personal Needs* sebesar $2.889 > 1.98$, *Site Organization* sebesar $-2.261 > 1.98$, *Fulfillment* $2.712 > 1.98$, *Security/Trust* sebesar $4.375 > 1.98$, *Ease of Use* sebesar $2.338 > 1.98$, *Privacy* sebesar $3.460 > 1.98$.

Selain itu dapat dilihat nilai nilai sig. pada masing-masing dimensi, dimensi *Efficiency* sebesar $0.000 < 0.05$, *Reliability* sebesar $0.030 < 0.05$, *Responsiveness* sebesar $0.005 < 0.05$, *Personal Needs* sebesar $0.026 < 0.05$, *site organization* sebesar $0.008 < 0.05$, *Fulfillment* sebesar $0.000 < 0.05$, *Security/Trust* sebesar $0.021 < 0.05$, *Privacy* sebesar $0.001 < 0.05$.

Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing dimensi yaitu *Efficiency* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Personal Needs* (X4), *Site*

Organization (X5), Fulfilment (X6), Security/Trust (X7), Ease of Use (X8) Privacy (X9) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*.

4.2.3.4.2 Uji F

Menurut Sugiyono (2016), dasar pengujian uji f adalah untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil output dengan menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13400.576	9	1488.953	77.817	.000 ^b
	Residual	2104.749	110	19.134		
	Total	15505.325	119			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), TotalX9, TotalX6, TotalX8, TotalX5, TotalX4, TotalX2, TotalX3, TotalX1, TotalX7

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa f hitung sebesar 77.817 lebih besar dari f tabel 1.97.

Selain itu dapat dilihat bahwa nilai Sig. lebih kecil daripada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dimensi *Efficiency (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Personal Needs (X4), site organization (X5), Fulfilment (X6), Security/Trust (X7), Ease of Use (X8) Privacy (X9)* secara bersama- sama berpengaruh secara simultan terhadap *E-Satisfaction*.

Rumus f tabel = $f(k ; n-k) = f(9;120-9) = f(9;111) = 1.97$

4.2.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Dalam pengujian hipotesis koefisien determinasi (R^2), diperoleh informasi tentang besarnya pengaruh dari keseluruhan variabel bebas dan variabel terikat. Hasil output dengan menggunakan SPSS 25 adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.864	.853	4.374

a. Predictors: (Constant), TotalX9, TotalX6, TotalX8, TotalX5, TotalX4, TotalX2, TotalX3, TotalX1, TotalX7

Sumber : Data Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.14, dapat dilihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat. Dalam penelitian ini menggunakan *Adjusted R Square*-nya sebesar 0.853 atau 85.3%. Jadi dapat disimpulkan bahwa *E-Satisfaction* layanan digital BRI dipengaruhi oleh variabel *Efficiency* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Personal Needs* (X4), *site organization* (X5), *Fulfilment* (X6), *Security/Trust* (X7), *Ease of Use* (X8) *Privacy* (X9) sebesar 85.3%. Sisanya sebesar 14.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi objek penelitian ini.

4.2.3.4.4 Uji Hipotesis

H2 : Dimensi *Efficiency* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu membuat nasabah merasa terbantu dan lebih efisien dalam menggunakan layanan digital BRI. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Efficiency* sebesar 4,21 termasuk dalam kategori baik. BRI Unit Tlogosari telah mampu membuat nasabah menemukan apa yang dibutuhkan pada layanan digital BRI, mudah untuk melakukan transaksi

layanan digital BRI dimanapun nasabah berada, kemudian nasabah dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat.

Namun yang perlu ditingkatkan yaitu pada bagian kemudahan registrasi layanan digital terutama *BRIMO*, karena kemudahan registrasi memiliki skor yang paling rendah pada item variable *Efficiency*.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel *Coefficient* 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Efficiency* adalah sebesar 0,000. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Efficiency* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Efficiency* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Efficiency* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,197. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Efficiency* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Efficiency* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H3 : Dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu memberikan ketepatan fungsi dalam menggunakan layanan digital BRI. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Reliability* sebesar 4,67 termasuk dalam kategori baik. BRI Unit Tlogosari selama ini telah mampu memberikan Layanan digital memiliki keamanan yang memadai, melakukan layanan dengan benar, memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan.

Disisi lain BRI Tlogosari masih perlu memperbaiki Transaksi dengan layanan digital BRI supaya terbebas dari kesalahan karena item tersebut memiliki perolehan skor paling rendah.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel *Coefficient* 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Reliability* adalah sebesar 0,030. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Reliability* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Reliability* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Reliability* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,111. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Reliability* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Reliability* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H4 : Dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu menangani penggunaan layanan digital nasabah secara efektif dan cepat. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Responsiveness* sebesar 4,32 termasuk dalam kategori baik. Sejah ini BRI Unit Tlogosari telah memberikan layanan digital yang cepat.

Namun perlu dilakukan perbaikan pada server online layanan digital BRI supaya terlalu lamban dalam menanggapi permintaan pelanggan, hal tersebut dapat disimpulkan dari rata-rata skor item yang rendah.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel *Coefficient* 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Responsiveness* adalah sebesar 0,021. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Responsiveness* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Responsiveness* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Responsiveness* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,122. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Responsiveness* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Responsiveness* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H5 : Dimensi *Personal Needs* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu memenuhi kebutuhan pribadi nasabah ketika menggunakan layanan digital BRI dan telah mampu menciptakan rasa aman ketika bertransaksi menggunakan layanan digital BRI. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Personal Needs* sebesar 4,63 termasuk dalam kategori baik.

Namun perlu ditingkatkan kembali pada layanan digital BRI supaya mampu memberikan informasi dan produk sesuai dengan preferensi nasabah. Hal tersebut dapat disimpulkan dari perolehan skor rata-rata terendah dimensi *Personal Needs*.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel *Coefficient* 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Personal Needs* adalah sebesar 0,005. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Personal Needs* dengan *e customer satisfaction*

adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Personal Needs* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Personal Needs* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,125. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Personal Needs* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *personal neds* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H6 : Dimensi *site organization* berpengaruh secara negatif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu memberikan layanan digital yang secara visual menarik dan memiliki tampilan yang terorganisir dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *site organization* sebesar 4,82 termasuk dalam kategori baik.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel Coefficient 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *site organization* adalah sebesar 0,026. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *site organization* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar *site organization* lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *site organization* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *site organization* terhadap *E-Satisfaction* berdampak negatif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien

beta sebesar -0.089. Nilai koefisien beta bernilai negatif yang berarti bahwa selama ini BRI Unit Tlogosari telah mampu memberikan layanan digital yang secara visual menarik dan memiliki tampilan yang terorganisir dengan baik namun *E-Satisfaction* nasabah mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan nasabah lebih memperhatikan faktor-faktor lain ketika menggunakan layanan digital seperti kemudahan, kecepatan akses, keamanan, privasi data, praktis, efektif, ketepatan fungsi-fungsi layanan digital BRI.

H7 : Dimensi *Fulfilment* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu menciptakan beragam transaksi digital dan membuat transaksi digital menjadi lebih praktis dan efektif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Fulfilment* sebesar 4,78 termasuk dalam kategori baik.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel Coefficient 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Fulfilment* adalah sebesar 0,008. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Fulfilment* dengan *E-Satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Fulfilment* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Fulfilment* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,100. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Fulfilment* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Fulfilment* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H8 : Dimensi *Security/Trust* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu untuk tidak melakukan penyalahgunaan informasi pribadi nasabah, serta memberikan rasa aman dalam transaksi layanan digital sehingga nasabah merasa yakin dalam menggunakan layanan digital BRI.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistic deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Security/Trust* sebesar 4,61 termasuk dalam kategori baik. Sejauh ini BRI Unit Tlogosari tidak melakukan penyalahgunaan informasi pribadi nasabah, serta memberikan rasa aman dalam transaksi layanan digital sehingga nasabah merasa yakin dalam menggunakan layanan digital BRI.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel Coefficient 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Security/Trust* adalah sebesar 0,000. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Security/Trust* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Security/Trust* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Security/Trust* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,321. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Security/Trust* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Security/Trust* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H9 : Dimensi *Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Unit Tlogosari telah mampu memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menggunakan layanan digital. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistik deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Ease of Use* sebesar 4,13 termasuk dalam kategori baik.

Meskipun dalam kategori baik tetapi dimensi *Ease of Use* merupakan dimensi dengan nilai rata-rata statistik deskriptif paling rendah sehingga perlu dilakukan perbaikan yang meliputi kemudahan dalam menemukan apa yang dibutuhkan nasabah pada Layanan digital BRI, perbaikan representasi grafis dari Layanan digital BRI supaya membantu nasabah untuk menggunakan layanan digital dan penggunaan Layanan digital BRI tanpa banyak upaya.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel *Coefficient* 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Ease of Use* adalah sebesar 0,021. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Ease of Use* dengan e customer satisfaction adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Ease of Use* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Ease of Use* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,105. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Ease of Use* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Ease of Use* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

H10 : Dimensi *Privacy* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRI Tlogosari telah dapat dipercaya oleh nasabah dan memberikan keamanan informasi pribadi dan data

transaksi. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis statistic deskriptif yang menyatakan bahwa rata-rata dimensi *Ease of Use* sebesar 4,66 termasuk dalam kategori baik.

Hasil dapat dilihat dari pada Tabel Coefficient 4.13 yang menunjukkan bahwa nilai signifikan pada dimensi *Privacy* adalah sebesar 0,001. Untuk melihat pengaruh antara dimensi *Privacy* dengan *e customer satisfaction* adalah dengan membandingkan hasil output signifikan dengan taraf kepercayaan sebesar 5 % (0,05).

Hasil pengujian secara parsial, dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Privacy* berpengaruh signifikan. Hasil ini juga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Privacy* terhadap *E-Satisfaction* berdampak positif, yaitu dapat dilihat dari nilai koefisien beta sebesar 0,234. Nilai koefisien beta bernilai positif yang berarti bahwa jika *Privacy* semakin diperbaiki dan ditingkatkan maka *E-Satisfaction* akan meningkat juga. Artinya *Privacy* yang diberikan BRI dapat memberikan dampak yang positif dan berdampak pada peningkatan *E-Satisfaction*.

4.2.3.5 Pengaruh *E-Servqual* terhadap *E-Satisfaction*

H1 : Variabel *E-Servqual* berpengaruh terhadap *E-Satisfaction* nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Tlogosari.

Hasil pengujian pada Tabel Coefficient 4.13, diperoleh nilai signifikan untuk seluruh variable *E-SERVQUAL* yang terdiri dari dimensi *Efficiency, Reliability, Responsiveness, Personal Needs, Site Organization, Fulfilment, Security/Trust, Ease of Use, Privacy* terhadap kepuasan nasabah. Signifikan yang diperoleh menunjukkan bahwa *E-SERVQUAL* mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital pada BRI Unit Tlogosari. Kepuasan nasabah tercipta melalui pengalamannya dalam menggunakan layanan digital yang diberikan oleh BRI Unit Tlogosari. Layanan digital yang diberikan yaitu *BRIMO, ATM, Brizzi & QRIS*. Nasabah menyatakan dengan menggunakan layanan digital

tersebut dapat memberikan kemudahan. Hal tersebut dikarenakan nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi, karena transaksi keuangan apapun dapat dilakukan melalui sekali klik seperti transfer dan jenis pembayaran lainnya. Dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, nasabah dapat melakukannya dengan menggunakan *smartphone* yang dilengkapi dengan internet. Cara melakukannya hanya dengan mengunduh aplikasi dan melakukan registrasi kepada petugas di bank. Ketika telah selesai diregistrasi oleh petugas bank, maka nasabah dapat melakukan transaksi keuangan secara mandiri kapanpun dan dimanapun. Layanan digital *BRIMO*, ATM, *Brizzi* & *QRIS* yang disediakan oleh BRI ternyata mendapat respon yang positif, karena aplikasi tersebut aman saat digunakan, mudah digunakan dan tidak membingungkan nasabah dalam menggunakannya serta memiliki fitur aplikasi yang menarik.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yaitu Penelitian (Raza et al., 2020) yang menyatakan bahwa *E-Servqual* berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Penelitian oleh (Trisnawati & Fahmi, 2017) juga menyatakan bahwa *E-Servqual* memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.