

**PENGARUH INOVASI FITUR APLIKASI DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PENGGUNA BRIMO DI KAYU ARO AMBAI**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**MUHAMMAD HAZLIN**

**2110401032**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI  
TAHUN 2025 M / 1446 H.**

**PENGARUH INOVASI FITUR APLIKASI DAN KEMUDAHAN  
PENGUNAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PENGGUNA BRIMO DI KAYU ARO AMBAI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan  
Meraih Gelarsarjana Ekonomi (SE)**

**Oleh:**

**MUHAMMAD HAZLIN  
NIM.2110401032**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI**

**PRODI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI  
2025 M / 1446 H**

Zul Ihsan Mu'arif, M.E  
DOSEN IAIN KERINCI

Sungai Penuh, Maret 2025  
Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Kerinci  
di-  
Sungai Penuh

<b>AGENDA</b>	
NOMOR :	70
TANGGAL :	05 MEI 2025
PARAF :	

NOTA DINAS

*Assalamu'alaiku, Wr. Wb.*

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Muhammad Hazlin, NIM: 2110401032** yang berjudul "**Pengaruh Inovasi fitur aplikasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai**". Telah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbank Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam(FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan skripsi ini, kiranya dapat diterima dengan baik.

Demikian, kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

*Wassalamu'alaikum, Wr, Wb*

Pembimbing



Zul Ihsan Mu'arif, M.E  
NIP.199210142020121011

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Hazlin  
Nim : 2110401032  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syari'ah  
Alamat : Kayu Aro Ambai, kecamatan Tanah Cogok, kabupaten Kerinci

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Inovasi fitur aplikasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai”** murni merupakan gagasan dan rumusa saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila kemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai penuh 14, Mei 2025  
ng menyatakan,  
  
  
**MUHAMMAD HAZLIN**  
**NIM.2110401032**

**PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari **Rabu 14 Mei 2025** dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai penuh, ~~14~~ Mei 2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
ISNTITUT AGAM ISLAM NEGERI KERINCI**

**Ketua sidang / Pembimbing**



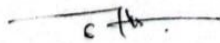
**ZUL IHSAN MU'ARIF, M.E**  
**NIP. 199210142020121011**

**Penguji I**



**TIARA, M.Si**  
**NIP.1572015504850003**

**Penguji II**



**ELEX SARMIGI, M.Si**  
**NIP. 19930402 201903 1**

## PERSEMBAHAN DAN MOTTO

### PERSEMBAHAN

*Syukur Alhamdulillah atas nikmat ,rahmat dan kaunia Allah SWT.....  
Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan,menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan.  
Karya ilmiah yang sederhana ini ku persembahkan kepada Allah SWT  
Sumber segala kekuatan dan inspirasi.  
Kedua orang tuaku, yang selalu menjadi alasan untuk terus melangkah, dengan Doa yang tak pernah putus dan kasih sayang yang tak tergantikan.  
Serta saudara-saudara tercinta yang selalu memberi motivasi sehinggga  
Saya menyelesaikan studi perguruan tinggi ini.  
Sahabat dan rekan seperjuangan yang hadir memberi warna dalam setia proses Dan perjuangan ini.  
Dan untuk diriku sendiri, karena telah bertahan,tumbuh, dan tak menyerah dalam menghadapi segala tantangan sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.  
Semoga kita termasuk orang-orang yang akan meraih kesuksesan dan ketenangan,dunia dan akhirat. Amin....*

### Motto

*Ilmu tanpa amal adalah sia-sia, amal tanpa ilmu adalah buta. “Al-Ghazali”  
Ilmu adalah cahaya,dan cahaya tidak akan diberikan kepada hati yang gelap  
“Imam Syafi’I”*

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ  
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ  
دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١١﴾

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, apabila dikatakan kepadamu “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan, “Berdirilah,” (kamu) berdirilah. Allah niscaya akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.(QS.Al-Mujadilah:11)*

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai” diajukan agar mendapatkan gelar sarjana Ekonomi sekaligus memenuhi tugas akhir program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kerinci.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini mungkin terdapat kekurangan. Dengan kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik. Kemudian, penulis menyadari sebagai manusia biasa keberhasilan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini bukan hanya semata-mata hasil dari kerja keras penulis sendiri, namun ada banyak sekali bantuan, bimbingan, arahan, serta saran dari berbagai pihak untuk penulis. Oleh sebab itu, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag, M.Si selaku rektor dan wakil rektor I, wakil rektor II, dan wakil rektor III yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
2. Bapak Dekan Dr. Yuserizal Bustami, M.A dan ibu Dr. Zufriani, M.HI Wakil Dekan I, Bapak Aridem Vintoni, M.Pd Wakil Dekan II, dan Ibu Hj. Syamsarina, Lc, M.A Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. atas dukungan dan kebijakan akademik selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi.

3. Bapak Zul Ihsan Mu'arif, M.E selaku ketua Program studi Perbankan Syari'ah dan sekaligus sebagai dosen pembimbing saya, terima kasih atas kesedian waktu, dan arahnya kepada saya dalam menyelesaikan Karya ilmiah ini.
4. Bapak ibu penguji yang telah memberikan masukan serta evaluasi yang luar biasa demi kesempurnaan skripsi ini dan sekretaris yang telah membantu dalam proses administrasi akademik.
5. Bapak dan Ibu dosen fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Kepala perpustakaan dan seluruh staf akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) kerinci yang telah melayani dan membantu penulis dalam mengadakan buku dan informasi ilmiah lainnya dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah berkontribusi dan membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Mungkin hanya itu saja yang mampu penulis sampaikan, hanya do'a dan terima kasih yang bisa penulis sampaikan memohon kepada Allah SWT. Semoga semua yang membantu menjadi amal ibadah dan ladang pahala yang berlipat ganda.

Selaku manusia biasa dengan segala keterbatasan penulis miliki mungkin terdapat banyak kekurangan, atau jauh dari kata kesempurnaan. Oleha karena , segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai masukan untuk kesempurnaan karya ilmiah ini, dan segala bantuan dan upaya yang diberikan menjadi amal ibadah disisi Allah SWT. AAMIIN

Sungai Penuh, 14 Mei 2025

Penulis

**MUHAMMAD HAZLIN**  
**NIM.2110401032**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu aro ambai. jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian Kuantitatif, lokasi penelitian yaitu di kayu aro ambai. teknik analisis yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, pengujian dan analisis persamaan regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis dengan bantuan *IBM SPSS Statistik* versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi fitur aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya, kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, inovasi dan kemudahan penggunaan bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sebagian besar variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh dua variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci : inovasi , Kemudahan, Kepuasan Nasabah**

## **ABSTRACT**

*The objective of this study is to examine the influence of application feature innovation and ease of use on customer satisfaction among BRImo users in Kayu Aro Ambai. This research employs a quantitative approach, with the study conducted in Kayu Aro Ambai. The analytical techniques used include descriptive statistical analysis, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with the assistance of IBM SPSS Statistics version 25. The findings indicate that application feature innovation does not have a significant effect on customer satisfaction. In contrast, ease of use has a significant impact on customer satisfaction. Simultaneously, both application feature innovation and ease of use significantly influence customer satisfaction. A majority of the variation in customer satisfaction can be explained by these two variables, while the remaining variation is attributed to other factors beyond the scope of this study.*

**Keyword : Innovation, Ease, Customer Satisfaction**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>I</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>IV</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>V</b>
<b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b> .....	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>IX</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>XVII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Masalah .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>14</b>
2.1 Difussion of Innovation Theory .....	14
2.2 Kepuasan nasabah .....	16
2.2.1 Definisi kepuasan nasabah .....	16
2.2.2 Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Islam .....	17
2.2.3 Indikator kepuasan nasabah .....	21
2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.....	23
2.3 Inovasi.....	24
2.3.1 Definisi inovasi .....	24
2.3.2 Konsep Inovasi Dalam Islam .....	26
2.3.3 Indikator-Indikator Inovasi .....	27
2.3.4 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Nasabah.....	29

2.4 Kemudahan .....	30
2.4.1 Definisi Kemudahan.....	30
2.4.2 Konsep Kemudahan Dalam Islam.....	31
2.4.3 Indikator -Indikator Kemudahan.....	32
2.4.4 Penengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	34
2.5 Pengaruh Inovasi Dan kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	35
2.6 Penelitian Relevan .....	37
2.7 Kerangka konseptual.....	40
2.8 Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Ruang Lingkup Dan Lokasi Penelitian .....	42
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.4 Populasi Dan Sampel .....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	44
3.4.3 Ukuran Sampel.....	44
3.4.4 Teknik Pengumpulan Sampel.....	45
3.5 Jenis Data .....	45
3.6 Sumber Data.....	47
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.8 Instrumen Penelitian .....	49
3.9 Uji Instrumen Penelitian .....	49
3.9.1 Uji Validitas.....	49
3.9.2 Uji Realibilitas .....	50
3.10 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.10.1 Uji Normalitas .....	51
3.10.2 Uji Heterokedasitas .....	52
3.10.3 Uji Multikolinaritas.....	52
3.11 Teknik analisa data .....	54
3.11.1 Analisis regresi linear berganda.....	54
3.12 Uji hipotesis .....	54
3.12.1 Uji signifikan parameter individual (Uji statistik t).....	54

3.12.2	Uji R (koefisien determinasi).....	55
3.12.3	Uji f (uji signifikan keseluruhan (overall)) .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>58</b>
4.1	Analisis Deskriptif .....	58
4.2	Hasil Penelitian .....	64
4.2.1	Hasil uji instrumen penelitian .....	64
1.	Hasil uji Validitas .....	64
2.	Hasil uji Reliabilitas.....	67
4.2.2	Hasil uji asumsi klasik .....	67
4.2.3	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	70
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis .....	72
4.3	Pembahasan.....	75
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>78</b>
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>87</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Rating Mobile Banking .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 3.2 Skor Butir Kriteria Penilaian .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.1 Deskripsi Data.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.2 Keadaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.3 Keadaan Responden Berdasarkan Pendidikan .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.4 Keadaan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.5 TCR Kepuasan Nasabah (Y) .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.6 TCR Inovasi (X1).....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4.7 TCR Kemudahan (X2) .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Inovasi (X1) .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemudahan (X2).....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.15 Hasil Uji T .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.16 Hasil Uji F.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.17 Hasil Dterminasi Koefisien R .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Koseptual.....	40
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	69



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	83
Lampiran 2 Tingkat Capaian Responden (Tcr) .....	98
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Jawaban Kuesioner .....	117
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen .....	120
Lampiran 5 Uji Normalitas .....	129
Lampiran 6 Uji Heteroskedasitas .....	130
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas .....	131
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	132
Lampiran 9 Hasil Uji T.....	133
Lampiran 10 Hasil Uji F.....	134
Lampiran 11 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	135
Riwayat Hidup.....	136

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi dengan layanan keuangan. Transformasi ini terutama tercermin dalam fenomena perbankan digital, di mana mobile banking menjadi salah satu inovasi terkemuka yang memfasilitasi akses perbankan secara mudah dan efisien. Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi yang pesat didukung oleh penetrasi internet yang semakin meluas dan penetrasi smartphone yang meningkat pesat, menciptakan lanskap baru dalam perilaku konsumen. Salah satu bentuk layanan berbasis teknologi yaitu *Internet Mobile Banking* dimana nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *dekstop*, *laptop*, *tablet* ataupun *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank (Umam, 2016)

Perkembangan industri perbankan di Indonesia berlangsung sangat cepat dan menyebabkan persaingan antar bank yang cukup ketat. Disisi lain, kebutuhan dan keinginan para nasabah semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dibidang perbankan. Oleh karena itu, bank saling berlomba-lomba untuk meningkatkan kemudahan dan inovasi dalam pelayanan kepada para nasabahnya (Niaam, 2016).

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, maka perekonomian dan dunia usaha juga teruss berkembang sangat pesat. Persaingan yang semakin kompetitif menuntut dunia usaha untuk menciptakan ide-ide baru dari pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen agar tidak beralih dan berpaling ke perusahaan pesaing.

Perkembangan teknologi dan komunikasi diseluruh dunia saat ini semakin mengalami kemajuan,perkembangannya sangat pesat dan internet menjadi salah satu perkembangannya sangat menonjol salah satunya di negara Indonesia memiliki populasi sebesar 215,63 juta periode 2022-2023 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia(APJII).(Monika et al, 2024).

Tingginya pertumbuhan internet tersebut merupakan sebuah peluang untuk perbankan menciptakan produk berbasis teknologi untuk melayani nasabah. Salah satu bank ternama yang dikelola BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yaitu Bank Rakyat Indonesia yang menghadirkan layanan perbankan berbasis teknologi yang dikenal dengan nama aplikasi BRImo.

BRImo resmi diluncurkan pada tahun 2019, Aplikasi BRImo menjadi aplikasi mobile banking yang paling banyak diunduh oleh masyarakat indonesia sepanjang tahun 2023 karena memberikan kemudahan, kecepatan dan kenyamanan bertransaksi perbankan bagi masyarakat indonesia dimanapun dan kapanpun. Pada tahun 2023 Aplikasi BRImo mengalami pengembangan pesat sehingga BRImo berhasil

mendapat penghargaan “Aplikasi Keuangan Paling Inovatif” dalam detikcom Awards. Karena aplikasi BRImo terbukti mampu memberikan kenyamanan dan diandal oleh pengguna, khususnya nasabah BRI. Tercatat per Desember 2023, BRImo telah digunakan 31,6 juta user, meningkat 32,5% year on yeart (yoy) dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Disamping itu pula, jumlah transaksi finansial super aplikasi BRImo mencapai 3 miliar kali transaksi bertumbuh 62.9% year on year (yoy) dan volume transaksi sudah mencapai Rp.4.158 Triliun atau naik 55.8% Year on year (yoy) (Menurut dari data AI, Direktur Jaringan dan Layanan BRI Andrijanto, 2024). Saat ini BRI menduduki posisi pertama di antara mobile banking yang dikembangkan oleh bank himpunan bank milik negara (Himbara) meliputi jumlah pengguna hingga jumlah transaksi. Hal ini disebabkan karena BRI memiliki basis nasabah yang luas dibandingkan bank lainnya.

Hingga September 2023, mobile banking BRImo milik BRI mencatat jumlah pengguna tertinggi dibandingkan bank pelat merah lainnya:

**Tabel 1. 1 Rating Mobile Banking**

<b>Bank</b>	<b>Jumlah user</b>	<b>Transaksi</b>	<b>Pertumbuhan</b>	<b>Nilai transaksi</b>
BRImo	29,8 Juta	2,18 miliar	79,1%	2.984 triliun
Livin By Mandiri	21,0 Juta	2,02 miliar	46%	2.400 triliun
BNI Mobile	15,6 juta	738 juta	75,3%	874 triliun
BTN Mobile	593 ribu	~	78%	2 triliun
BSI Mobile	5,9 juta	266,29 juta	32,8%	338,22 triliun

*Sumber : Khoirul Anam, CNBC Indonesia (2023)*

Namun dibalik kemudahan layanan yang telah disediakan aplikasi BRImo ternyata masih ada hambatan dalam praktiknya, dilihat dari review pengguna aplikasi BRImo di aplikasi Playstore yaitu aplikasi sering berjalatidak lancar, proses login ke aplikasi sangat lambat, beberapa tiba-tiba keluar dari aplikasi tanpa dikehendaki, tantangan selanjutnya yang dihadapi dalam pengembangan inovasi layanan teknologi aplikasi BRImo yaitu inovasi layanan yang disediakan sangatlah bergantung pada internet, jika suatu wilayah belum terakses internet. maka sebegus apapun produknya masyarakat tidak akan mengetahuinnya. (Monika et al, 2024).

Sama halnya, dalam konteks khusus wilayah seperti Kayu Aro Ambai, penggunaan layanan perbankan digital masih dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk aksesibilitas infrastruktur Teknologi Informasi Komunikasi dan tingkat literasi digital yang beragam di masyarakat. Oleh karena itu, Kepuasan nasabah merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu layanan perbankan. Dalam konteks BRImo, kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknis yang disediakan, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti inovasi dan kemudahan akses.

Di dalama Al-Quran menyatakan dalam Surah Al-Mu'minun (23:78),

وَهُوَ الَّذِي أَنشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya : *"Dan Dia-lah yang menjadikan pendengaran dan penglihatanmu, hati nuranimu; sedikit sekali kamu bersyukur."*

Ayat ini menekankan pentingnya penerimaan dan apresiasi terhadap nikmat-nikmat yang diberikan oleh Allah, termasuk kemudahan dalam akses layanan perbankan. Karena Penggunaan teknologi dalam layanan perbankan juga memiliki implikasi sosial dan ekonomi yang luas. Dalam konteks ini, penelitian tentang pengaruh inovasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika sosial ekonomi masyarakat di Kayu Aro Ambai.

Dengan demikian, penelitian tentang pengaruh inovasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai tidak hanya relevan dalam konteks bisnis perbankan, tetapi juga dalam konteks sosial, ekonomi, dan keagamaan yang lebih luas.

Oleh sebab itu, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perbankan. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia telah merespons perkembangan ini dengan menghadirkan layanan perbankan digital melalui BRImo.

Sebalik itu, bahwa di daerah kayu aro ambai dimana akses atau layanan keuangan atau perbankan terdekat yaitu hanya ada satu yaitu BRI unit Hiang. Dengan demikian dengan kondisi tersebut, untuk mempercepat dan mengefisiensi dan efektifitas pelayananperbankan kepada para nasabah.

Sehingga dengan kondisi tersebut, pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) menciptakan sebuah Inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang disebut BRImo. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Sari et al., 2024) dan survei atau observasi yang saya lakukan dengan menggunakan Teknik menyebarkan kuesioner pertanyaan serta pernyataan kepada sekitar 25 responden Masyarakat desa Kayu Aro Ambai bahwa ditemukan masalah atau kecendruungan dan kekurangan dari BRImo sebagai berikut.

1. Kekurangan dalam inovasi, dimana fitur layanan yang tidak relevan, karena beberapa inovasi yang dikenalkan dianggap tidak relevan dengan kebutuhan utama nasabah, sehingga fitur tersebut jarang digunakan.
2. Minimnya edukasi tentang fitur baru
3. Antarmuka yang kurang intuitif, membuat nasabah atau pengguna merasa navigasi atau tampilan aplikasi yang tidak sederhana, terutama bagi para pengguna baru atau kurang mahir dalam hal digital.
4. Kurangnya keamanan dan kepercayaan, sehingga perlu keamanan layanan dan perlindungan data pribadi perlu ditingkatkan.
5. Gangguan teknis dan kecepatan transaksi perlu ditingkatkan.
6. Kurang ramah untuk pengguna lansia.

Demikian pula adaptasi terhadap mobile banking tidak merata di seluruh negeri. Wilayah pedesaan dan pinggiran seperti Kayu Aro

Ambai masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi layanan perbankan digital secara luas dan tingkat adopsi masih jauh di bawah kota-kota besar. Hal ini mengisyaratkan bahwa ada faktor-faktor tertentu yang menjadi penghalang bagi masyarakat untuk mengadopsi BRImo dengan cepat.

Tidak hanya itu, kondisi ekonomi dan sosial di Kayu Aro Ambai juga perlu dipertimbangkan. Mungkin terdapat perbedaan dalam tingkat pendapatan, akses terhadap layanan perbankan tradisional, dan preferensi konsumen yang dapat memengaruhi minat dan kemampuan untuk menggunakan mobile banking.

Salah satu faktor yang secara signifikan mempengaruhi minat nasabah adalah tingkat inovasi yang ditawarkan oleh platform mobile banking itu sendiri. Fitur-fitur inovatif seperti transaksi instan, pembayaran tagihan, transfer antar rekening, dan sistem keamanan yang canggih dapat menjadi pemicu penting bagi minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Namun, tak kalah pentingnya adalah kemudahan penggunaan. Antarmuka yang intuitif, proses transaksi yang sederhana, dan layanan pelanggan yang responsif merupakan faktor-faktor kunci yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mempercepat adopsi mobile banking.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Monika, et al., 2024) Inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian (Shafira et al, 2023) Pengaruh variabel kemudahan terhadap kepuasan nasabah, sejalan dengan penelitian terdahulu dimana Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan dari penggunaan BRI mobile banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh inovasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking BRimo di Kayu Aro Ambai. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor kritis ini, diharapkan dapat dikembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan adopsi mobile banking di wilayah ini. Hal ini tidak hanya akan memperluas inklusi keuangan, tetapi juga akan mempercepat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di tingkat lokal.

Selain kemudahan, inovasi juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Inovasi dalam layanan perbankan digital terus berkembang, menciptakan fitur-fitur baru yang meningkatkan pengalaman pengguna. pentingnya bagi sebuah sistem untuk terus berkembang dan memperbaiki diri, sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi penggunanya. Di Indonesia, salah satu layanan mobile banking yang populer adalah BRImo dari Bank Rakyat

Indonesia (BRI). Namun, meskipun tersedia, tidak semua nasabah mengadopsi layanan ini dengan antusias. Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh inovasi dan kemudahan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai menjadi relevan untuk dilakukan.

Dengan demikian, penelitian ini bukan hanya memberikan kontribusi akademis yang signifikan dalam memahami dinamika adopsi teknologi perbankan di wilayah pedesaan, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi pihak-pihak terkait untuk merancang kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan penetrasi mobile banking di daerah-daerah seperti Kayu Aro Ambai.

Oleh karena itu, Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH INOVASI DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BRIMO DI KAYU ARO AMBAI”**. Hal ini dikarenakan BRImo sudah mengalami popularitas pegguaan yang luas, fitur yang inovatif dan kemudahan pengguna dibandingkan dengan Mobile Banking yang lain.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Dibalik Inovasi dan kemudahan penggunaan aplikasi yang telah disediakan aplikasi BRImo ternyata masih ada hambatan dalam praktiknya, dilihat dari review pengguna aplikasi BRImo di aplikasi

Playstore yaitu aplikasi sering berjalan tidak lancar, proses login ke aplikasi sangat lambat, beberapa tiba-tiba keluar dari aplikasi tanpa dikehendaki.

2. Kekurangan dalam inovasi, dimana fitur layanan yang tidak relevan, karena beberapa inovasi yang dikenalkan dianggap tidak relevan dengan kebutuhan utama nasabah, sehingga fitur tersebut jarang digunakan.
3. Minimnya edukasi tentang fitur terbaru yang tersedia di aplikasi BRImo sehingga membuat pengguna sedikit kesulitan dalam menggunakan aplikasi tersebut.
4. Antarmuka yang kurang intuitif, membuat nasabah atau pengguna merasa navigasi atau tampilan aplikasi yang tidak sederhana, terutama bagi para pengguna baru atau kurang mahir dalam hal digital.
5. Kurangnya keamanan dan kepercayaan, sehingga perlu keamanan layanan dan perlindungan data pribadi perlu ditingkatkan.
6. Gangguan teknis dan kecepatan transaksi perlu ditingkatkan, karena aplikasi tersebut sangat bergantung pada jaringan internet.
7. Kurang ramah untuk pengguna lansia.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari objek penelitian serta agar lebih jelas maksud dan tujuan penelitian ini maka penulis hanya membatasi masalah pada Inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di Kayu Aro Ambai.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh inovasi fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai ?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di kayu aro ambai ?

#### 1.5 Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian diatas pada rumusan masalah, adapun yang menjadi tujuan penelitian ,yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi fitur aplikasi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah penggunaan BRImo di kayu aro ambai.

#### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sesuai dengan apa yang menjadi tujuan penelitian :

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai tambahan pengetahuan dan diterapkan sebagai bahan acuan, pertimbangan dalam inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah penggunaan BRImo.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti sehingga ilmu yang diperoleh dapat di terapkan serta dapat memberikan masukan yang positif dalam pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah penggunaan BRImo.
- b. Bagi mahasiswa dan pihak IAIN kerinci agar dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya dan kerangka acuan mengenai masalah sejenis dan menambah daftar pustakaan skripsi di pustaka IAIN kerinci.
- c. Untuk melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

## **BAB II** **LANDASAN TEORI**

### **2.1 Diffusion of Innovation Theory**

*Diffusion of Innovation Theory* : adalah teori yang menjelaskan bagaimana sebuah inovasi diadopsi dari waktu ke waktu dengan melihat proses keputusan inovasi yang mempengaruhi adopsi inovasi diantara anggota sistem sosial (Rogers, 2003). Teori Difusi Inovasi berfokus pada pemahaman bagaimana, mengapa dan pada tingkat apa ide dan teknologi inovatif menyebar dalam sistem sosial (Wani dan Ali, 2015). Seperti yang dirasakan oleh anggota sistem sosial bahwa karakteristik inovasi dapat menentukan tingkat adopsi. Terdapat lima karakteristik inovasi, yaitu, keuntungan relative (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), kemungkinan diuji coba (*trialability*), dan kemudahan diamati (*observability*).

Dalam penelitian ini “Pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi Brimo Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kayu Aro Ambai” bahwa teori “*Diffusion of Innovation Theory*” sangat relevan, karena inovasi fitur teknologi pada aplikasi BRIMO bisa dianalisis dengan lima karakteristik tersebut sebelumnya yaitu :

1. Keuntungan relative (*relative advantage*) adalah sejauh mana fitur-fitur pada aplikasi BRIMO menawarkan manfaat

lebih dibandingkan metode transaksi sebelumnya. Misalnya fitur yang mempercepat proses transaksi atau menawarkan layanan yang tidak tersedia sebelumnya.

2. Kesesuaian (*Compatibility*) adalah tingkat kesesuaian fitur-fitur BRImo dengan kebutuhan dan nilai-nilai nasabah. Fitur yang sesuai dengan preferensi dan kebiasaan nasabah cenderung lebih mudah diadopsi.
3. Kerumitan (*Complexity*) dimana kemudahan atau kesulitan yang dirasakan nasabah dalam menggunakan fitur-fitur terbaru pada aplikasi BRImo. Fitur yang sederhana dan user-friendly akan meningkatkan adopsi dan kepuasan nasabah.
4. Kemungkinan di uji coba (*Triability*) merupakan kemampuan nasabah untuk mencoba fitur-fitur baru sebelum menggunakannya secara penuh. Tutorial yang memungkinkan nasabah memahami fungsi fitur tersebut.
5. Kemudahan diamati (*Observability*) sejauh mana manfaat dari fitur-fitur baru dapat diamati oleh nasabah lain, yang dapat mendorong mereka untuk ikut mengadopsi inovasi tersebut.

Dengan demikian penggunaan teori "*Diffusion of Innovation Theory*" dalam penelitian ini dapat membantu menganalisis bagaimana fitur-

fitur inovatif pada aplikasi BRImo dan kemudahan mempengaruhi tingkat adopsi dan kepuasan nasabah

## **2.2 Kepuasan nasabah**

### **2.2.1 Definisi kepuasan nasabah**

Menurut (Daryanto dan Setyobudi 2014) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono, 2012).

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil dari perbandingan antara hasil kerja suatu produk maupun jasa yang telah diterima dengan yang diharapkannya. Secara umum, kepuasan yaitu sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk atau pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

(oliver dan Barnes, 2003) mengemukakan bahwa kepuasan mendefinisikan tanggapan dari nasabah atas terpenuhinya kebutuhan yang menandakan bahwa penilaian nasabah atas barang atau jasa tersebut memberikan tingkat kenyamanan yang berkaitan dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai dengan harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan.

Menurut (Kotler, 2016) kepuasan pelanggan yaitu keadaan Dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang diterima dari kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkannya.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas (Khotijah et al, 2023).

Dapat disimpulkan secara umum, bahwa kepuasan pelanggan atau nasabah adalah perasaan yang muncul setelah setelah konsumen membandingkan antara harapan dan kenyataan atas produk atau jasa yang telah mereka terima atau gunakan. Jika kinerja produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi jika tidak mereka akan kecewa karena tidak sesuai dengan harapan.

### **2.2.2 Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Islam**

Sedangkan kepuasan nasabah menurut ekonomi islam adalah keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan seseorang dapat

terpenuhi dengan menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam ekonomi Islam, kepuasan lebih dihubungkan dengan istilah masalah. Masalah sendiri memiliki arti sebagai sesuatu yang dapat diterima oleh akal pikiran. Dalam hal ini yang dimaksud ialah sesuatu hal yang dapat memberikan manfaat, kebaikan dan menghindarkan seseorang dari kerusakan. (Muhamma, 2004).

Masalah dalam segi kepuasan lebih ditujukan pada sifat barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan seseorang di dunia. Adapun barang/jasa yang dapat mencapai tingkat masalah yang maksimal apabila mencakup pada kepentingan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, hal terpenting dalam konsep ini adalah seorang muslim dalam menggunakan barang atau jasa tidak hanya untuk mencapai kepuasan saja, tetapi juga lebih mengutamakan nilai “ibadah” dalam rangka mencapai ridha Allah SWT (Hakim, 2012).

Dari pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa seseorang dalam menggunakan barang/jasa dalam hal ini adalah layanan mobile banking, akan dapat merasakan kepuasan maksimal apabila layanan mobile banking dapat memberikan manfaat baik materiil dan spiritual serta memenuhi kebutuhan seseorang di dunia.

Allah berfirman dalam Al- Quran (QS. Al-Imran Ayat 159) :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ  
اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Al-Imran ayat 159).3

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap nasabah, maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan terhadap nasabah. Kepercayaan merupakan pondasi dari suatu bisnis Menurut moorman, adalah kesediaan individu untuk mengantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (confidence) kepada pihak lain tersebut.

Sedangkan menurut (Qardhawi, 1997) sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

### 1. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya :

*"Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR.Ahmad dan Thobrani).*

### 2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

### 3. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling

menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

Didalam Al Quran Surah Ali Imron ayat 159 disebutkan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي  
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah - lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali Imron : 159).

### 2.2.3 Indikator kepuasan nasabah

Menurut (Soleha et al, 2024) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

#### 1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

## 2) Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian atau penggunaan terhadap produk atau jasa terkait, meliputi : Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.

1. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
2. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

## 3) Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

#### **2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah**

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupioyadi, 2003). antara lain:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi tetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

## 2.3 Inovasi

### 2.3.1 Definisi inovasi

Pengertian inovasi secara bahasa yang berasal dari bahasa latin “innovation” dengan arti pembaharuan dan perubahan. Sedangkan jika kata kerjanya “innovo” dengan arti mengubah atau memperbaharui. Pengertian inovasi merupakan suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. Maka inovasi dapat diartikan suatu ide, barang, kejadian, metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invensi maupun diskoveri. Inovasi diadakan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memecahkan suatu masalah tertentu (Kusnadi, 2017).

Inovasi adalah sebuah pilihan kreatif, pengaturan, serta seperangkat manusa dengan sumber – sumber materia baru, dan juga menggunakan cara – cara yang unik guna menghasilkan peningkatan atas pencapaian yang telah menjadi tujuan sebelumnya (Rafidah et al, 2024). Sedangkan pengertian inovasi adalah keberhasilan secara sosial dan ekonomi karena diperkanalkannya cara baru atau kombinasi baru dan cara lama dalam mengubah input menjadi output sedemikian rupa sehingga dihasilkan perubahan besar dalam perbandingan antara nilai manfaat dan harga menurut persepsi konsumen dan/atau pengguna (Wirapraja et al, 2018).

Inovasi berdasarkan UU No. 18 tahun 2002,(Batoebara, 2021:32)

Inovasi merupakan suatu kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perengkayaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Adapun menurut para ahli Inovasi adalah sebagai berikut:

1. Everett M. Rogers (1983) Menafsirkan bahwa inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi.
2. Inovasi adalah ciptaan-ciptaan baru (dalam bentuk materi ataupun intangible) yang memiliki nilai ekonomi yang berarti (signifikan), yang umumnya dilakukan oleh perusahaan atau kadang-kadang oleh para individu (Edquist, 1999).
3. Menurut (Drucker, 1985) di dalam bukunya *Innovation and Entrepreneurship* mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal (Drucker, *innovation and entrepreneurship*).
4. Menurut (Robbins, 1994), Mendefinisikan, inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa.

5. Menurut (Miles,1964) inovasi merupakan spesies dari genus “perubahan”. Secara umum terlihat berguna untuk mendefinisikan inovasi sebagai sesuatu yang disengaja, baru, dan perubahan spesifik yang lebih berguna dalam pencapaian suatu tujuan. Tampaknya membantu untuk mempertimbang inovasi sebagai sesuatu yang direncanakan dengan matang, sehingga bukan diperoleh dengan cara yang sembarangan.

Dapat disimpulkan dari beberapa para ahli di atas, dapat diketahui bahwa tidak terjadi perbedaan yang mendasar tentang definisi inovasi antara satu dengan yang lain. Semua pendapat di atas menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara dan barang-barang buatan manusia yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang. Sesuatu yang baru itu dapat berupa hasil diskoveri atau invensi yang dimanfaatkan dalam mencapai tujuan tertentu dan untuk memecahkan masalah tertentu.

### 2.3.2 Konsep Inovasi Dalam Islam

Pandangan Islam mengenai Inovasi Produk, disebutkan dalam (QS.Al-Anfal, 53):

ذٰلِكَ بِاَنَّ اللّٰهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِّعْمَةً اَنْعَمَهَا عَلٰى قَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْ وَاَنَّ  
اللّٰهَ سَمِيْعٌ عَلِيْمٌ ﴿٥٣﴾

*Artinya: “(siksaan) yang demikian itu adalah Karena Sesungguhnya Allah sekali-kali tidak akan meubah sesuatu nikmat yang Telah dianugerahkan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu meubah apa-apa yang ada pada diri mereka sendiri dan Sesungguhnya Allah Maha mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS.Al-Anfal,53).*

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa inovasi dan pembaharuan terus menerus sangat diperlukan agar bisa merubah kehidupan menjadi lebih baik dan bermanfaat. Demikian ayat diatas membuat kita mendapatkan ilmu dan terus menerus melakukan inovasi. Persaingan yang semakin ketat dan nasabah yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perbankan untuk lebih inovatif dalam menciptakan suatu produk, perusahaan perbankan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan lain karena inovasi memberikan nilai tambah dari suatu produk. Inovasi akan menghasilkan suatu produk baru yang mampu memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi nasabah. Inovasi bisa membuat produk berbeda di pandangan nasabah sehingga nasabah lebih tertarik menggunakan produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Jika perusahaan perbankan mampu memperhatikan desain serta inovasi baru maka nasabah akan merasa puas dalam menggunakan produk tersebut.

### **2.3.3 Indikator-Indikator Inovasi**

Indikator-indikator digunakan untuk mengukur variabel inovasi (Antanegoro et al, 2017. Sebagai berikut :

1. Perubahan desain :

Mengacu pada modifikasi tampilan, bentuk, atau struktur produk/fitur. Perubahan desain tidak hanya merusak estetika, tetapi juga dapat meningkatkan fungsionalitas dan ergonomis

produk/fitur. Dengan mengubah desain, perusahaan dapat membuat produk lebih menarik bagi konsumen serta meningkatkan daya saing di pasar.

## 2. Inovasi teknis

Hal ini berkaitan dengan penerapan teknologi baru atau peningkatan teknologi yang sudah ada dalam proses produksi maupun pada produk itu sendiri. Hal ini bisa berupa penggunaan alat yang lebih canggih, proses produksi yang lebih efisien, atau penambahan fitur teknis yang meningkatkan kinerja produk. Hal ini membantu perusahaan dalam menghadirkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi dan keunggulan teknis dibandingkan produk pesaing.

## 3. Pengembangan

Hal ini mencakup upaya peningkatan atau penyempurnaan produk yang sudah ada. Bisa berupa penambahan fitur baru, peningkatan kualitas, atau adaptasi produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Agar perusahaan terus relevan dan inovatif dalam menghadapi perubahan pasar.

## 4. Pengembangan layanan baru

Selain fokus pada produk, inovasi juga bisa terjadi pada layanan yang mendukung produk tersebut. Hal ini mencakup penciptaan atau peningkatan jasa yang melengkapi produk,

seperti layanan purna jual, transaksi, konsultasi, atau sistem pemesanan yang lebih efisien. Layanan tambahan ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, serta membuka peluang pendapatan tambahan bagi perusahaan.

#### **2.3.4 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Nasabah**

inovasi adalah suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. Oleh karena itu, inovasi adalah dengan dikenalkan cara atau metode baru dari input sampai pada output maka akan menghasilkan perubahan yang nampak dengan suksesnya dalam bidang sosial maupun ekonomi. Sedangkan Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil dari perbandingan antara hasil kerja suatu produk maupun jasa yang telah diterima dengan yang diharapkan. Inovasi produk atau jasa sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah, karena konsumen atau nasabah merupakan penilai atas suatu produk atau jasa yang digunakannya. Karena semakin baik inovasi produk atau jasa yang diberikan perusahaan maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Kotler, 2006). Hal ini sejalan dengan penelitian (Yordan Antanegoro et al, 2017) inovasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, semakin bagus inovasi yang dilakukan maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.

Oleh sebab itu inovasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karena memenuhi suatu kepuasan nasabah merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam suatu perusahaan atau badan usaha.

## 2.4 Kemudahan

### 2.4.1 Definisi Kemudahan

Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007).

Berdasarkan teori TAM, kemudahan diartikan sebagai seberapa jauh pengguna mengharapkan sistem bebas dari tantangan dalam pemanfaatannya dan mengacu pada perasaan seseorang tentang jumlah upaya fisik dan mental untuk menggunakan sistem tertentu. Kemudahan juga dapat diartikan seberapa percaya orang bahwa menggunakan teknologi menurut pendapatnya mudah. Kemudahan merupakan suatu kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha (sahfira et al, 2023).

Menurut pendapat (Permana et al, 2012) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yaitu salah satu keyakinan utama yang mempengaruhi niat pelaku pengguna model TAM (Technology Acceptance Model) yang asli maupun yang telah direvisi.

Menurut (Nidhom, 2019) mengemukakan bahwa kemudahan atau usability merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk

dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan pengguna menjadi lebih puas saat menggunakan produk tersebut.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah ukuran kepercayaan dimana seseorang percaya bahwa teknologi atau website mudah dan effortless untuk digunakan, yang dapat mempengaruhi keterkaitan konsumen berinteraksi dengan event online. Dari definisi di atas kemudahan merupakan seberapa besar teknologi informasi yang dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan.

#### 2.4.2 Konsep Kemudahan Dalam Islam

Berdasarkan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*Artinya: "Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)."*

Dari ayat di atas Allah S.W.T mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibaliknya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan pengguna mobile banking bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan

tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya.

Jadi apabila seseorang percaya bahwa suatu teknologi itu mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit pemakainya, namun justru suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya. 46 Dengan demikian, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan mobile banking disediakan oleh pihak perbankan agar mudah untuk dipahami dan mudah untuk digunakan.

#### **2.4.3 Indikator -Indikator Kemudahan**

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kemudahan Menurut (Gusmana,2022) yaitu:

1. Mudah dipelajari : Jika sistem yang dibuat dianggap mudah digunakan oleh konsumen tanpa memerlukan banyak usaha untuk mempelajarinya.
2. Mudah digunakan: Saat sistem memenuhi persyaratan pengguna dan mudah digunakan.
3. Sistemnya jelas dan mudah dipahami: Ketika penggunanya tidak bingung dan tampilannya mudah dimengerti.
4. Mudah dioperasikan: Saat sistem mudah digunakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya untuk memperlancar pengguna.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan Teknologi Terdiri tiga item dari faktor yang bisa mempengaruhi kemudahan menggunakan teknologi diantaranya:

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri. Teknologi yang baik digunakan secara konsisten akan memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menggunakan suatu teknologi.
2. Faktor kedua adalah reputasi teknologi di kalangan pengguna yang meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi yaitu tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme dukungan yang andal memberi pengguna perasaan bahwa ada mekanisme dukungan yang andal saat mereka

menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi, sehingga menghasilkan pandangan pengguna yang lebih positif.

#### **2.4.4 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Menurut (Nidhom, 2019) mengemukakan bahwa kemudahan atau usability merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan pengguna menjadi lebih puas saat menggunakan produk tersebut. Kemudahan penggunaan yang ada pada layanan *mobile banking* dapat diartikan bahwa nasabah dalam menggunakan *mobile banking* supaya mudah memahami dan mudah untuk melakukan transaksi perbankan tanpa mengeluarkan usaha yang begitu banyak. Sehingga nasabah akan merasa puas karena layanan *mobile banking* tidak membuat nasabah merasa kesulitan ketika bertransaksi.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Shafira et al, 2023) bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI *Mobile Banking*. Semakin mudahnya penggunaan layanan internet banking, ditambah dengan semakin baik kualitas dari pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap bank yang bersangkutan. Akan ada rasa kepercayaan yang besar serta kesetiaan yang melekat pada nasabah tersebut.

Kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan, kemudahan dalam berbagai aspek layanan perbankan dapat secara signifikan memengaruhi kepuasan nasabah karena tanpa adanya kemudahan yang

dirasakan/diterima maka tingkat kepuasan akan berkurang. Oleh sebab itu, dengan memberikan pengalaman pengguna yang mudah, intuitif, dan nyaman, layanan perbankan digital seperti BRIMO dapat menciptakan hubungan yang lebih baik dengan nasabah dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek tersebut (Darmeinis & Yenny, 2022:91)

## **2.5 Pengaruh Inovasi Dan kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Inovasi produk atau jasa sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah, karena konsumen atau nasabah merupakan penilai atas suatu produk atau jasa yang digunakannya. Karena semakin baik inovasi produk atau jasa yang diberikan perusahaan maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Kotler, 2007). Hal ini sejalan dengan penelitian (Antanegoro et al, 2017) inovasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, semakin bagus inovasi yang dilakukan maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.

Kemudian kemudahan Menurut (Nidhom, 2019) mengemukakan bahwa kemudahan atau usability merupakan cara untuk mengetahui sejauh mana sebuah produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien, efektif, dan pengguna menjadi lebih puas saat menggunakan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian (Shafira et al., 2023) bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *BRI Mobile Banking*. Karena Semakin mudahnya penggunaan layanan

internet banking, ditambah dengan semakin baik kualitas dari pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap bank yang bersangkutan. Akan ada rasa kepercayaan yang besar serta kesetiaan yang melekat pada nasabah tersebut

## 2.6 Penelitian Relevan

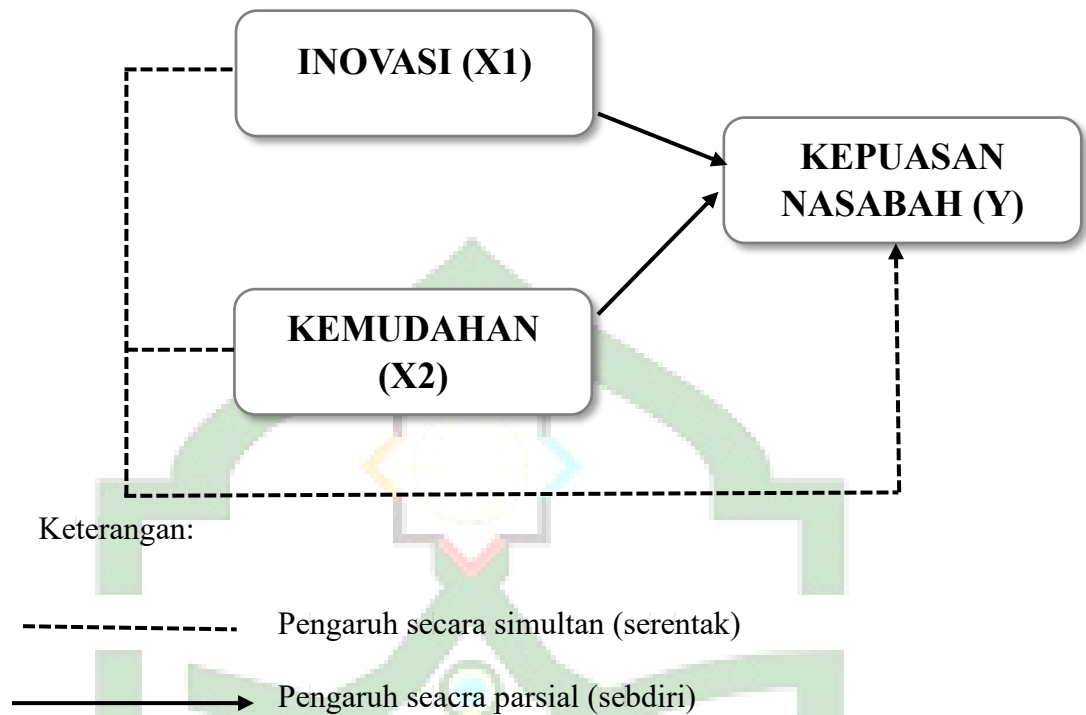
Beberapa penelitian yang relevan untuk mendukung, menguatkan asumsi dari penelitian yang akan dilakukan, yaitu :

Nama	Judul	Metode	Hasil
(Mandiri et al., 2021)	Pengaruh Inovasi Layanan Teknologi Aplikasi Brimo Dan Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Makassar	teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan non linear ,uji T,koefisien determinasi R2 dan Uji F.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial inovasi layanan teknologi aplikasi BRImo dan kualitas layanan customer service berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BRI Makassar.
(Shafira et al., 2023)	Pengaruh,Kemudahan,Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang	Model analisis data yaitu dengan Model Analisis Linier Berganda, dengan teknik analisis data menggunakan Uji F, Uji Statistik t, dan Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2).	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa keamanan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo, namun kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo.
(Rupi Ningrum, 2017)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan	Model analisis data adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis	Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Inovasi secara simultan berpengaruh terhadap

	Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang	(uji F, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi(R2))	kepuasan nasabah menggunakan mobile banking Muamalat DIN.
(Kholifah, 2023)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang	Model analisis data adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis (uji F, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi(R2))	Kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BRImo.
(Soleha et al., 2024)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Pengguna M-Banking Bank BRI di Kota Malang)	Analisis Regresi Linier Berganda Tabel dengan uji hipotesis (Uji F, Uji t, dan uji Koefisien Determinasi)	<p>a. Variabel Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m- banking Bank BRI di Kota Malang.</p> <p>b. Variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m- banking Bank BRI di Kota Malang.</p> <p>c. Variabel Kualitas Layanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada pengguna m- banking Bank BRI di Kota Malang.</p>
RM Yordan Antanegoro, dkk (2017)	Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Model analisis data adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis (uji F, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi(R2))	<p>Inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>Inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</p>

## 2.7 Kerangka konseptual

gambar 2.1 kerangak koseptual



## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis didefinisikan sebagai jawaban sementara atas rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2015). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1.  $H_{01} : r = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.

$H_{a1} : r \neq 0$ , Terdapat pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.

2.  $H_{02} : r = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.

$H_{a2} : r \neq 0$ , Terdapat pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.

3.  $H_{03} : r = 0$ , Tidak terdapat pengaruh Inovasi dan Kemudahan Inovasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.

$H_{a3} : r \neq 0$ , Terdapat pengaruh Inovasi dan Kemudahan Inovasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai.



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Jenis penelitian ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah untuk menggambarkan dan menganalisis pengaruh inovasi dan kemudahan penggunaan aplikasi BRImo terhadap kepuasan nasabah di wilayah kayu Aro Ambai. Penelitian ini akan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah yang menggunakan BRImo dan menggunakan analisis statistic untuk menguji hipotesis yang diajukan.

### **3.2 Ruang Lingkup Dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini bertempat di desa kayu Aro Ambai,kecamatan Tanag Cogok, Kabupaten Kerinci , Provinsi Jambi dan Ruang lingkup penelitian mencakup wilayah geografis Kayu Aro Ambai, pengguna aplikasi BRImo, variabel inovasi dan kemudahan, serta analisis dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan teoritis sekaligus aplikasi praktis dalam pengembangan layanan digital banking.

### **3.3 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Hatch dan Farhady (1981), variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mem-punyai variasi antara

satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain. Dalam penelitian terdapat 2 jenis variabel yaitu

1. Variabel independen adalah variabel bebas atau variabel mempengaruhi. Yang menjadi variabel tersebut yaitu X1 inovasi dan X2 kemudahan.
2. Variabel dependen adalah variabel terikat atau variabel output, kriteria, konsekuensi.

**Tabel 3. 1 Defini Operasional Variabel**

Variabel penelitian	Keterangan	Indikator	Skala
Inovasi (X1)	Inovasi adalah suatu alat, hal, atau gagasan yang baru dimana hal tersebut belum pernah ada sebelumnya. di mana hal tersebut diharapkan dapat menjadi hal menarik dan berguna.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fitur produk</li> <li>2. Kemudahan</li> <li>3. Teknologi baru</li> <li>4. Keamanan</li> <li>5. Personalisasi</li> <li>6. Integrasi dengan ekosistem digital</li> </ol>	Likert
Kemudahan (X2)	Kemudahan yaitu seberapa jauh pengguna mengharapkan sistem bebas dari tantangan dalam pemanfaatannya dan mengacu pada perasaan seseorang tentang jumlah upaya fisik dan mental untuk menggunakan hal tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipelajari</li> <li>2. Mudah digunakan</li> <li>3. Mudah dipahami</li> <li>4. Mudah dioperasikan</li> </ol>	Likert
Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil dari perbandingan antara hasil kerja suatu produk maupun jasa yang telah diterima dengan yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keseuaian harapan</li> <li>2. Minat berkunjung kembali</li> <li>3. Kesiediaan merekomendasikan</li> </ol>	Likert

### **3.4 Populasi Dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi penelitian ini adalah semua nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) diwilayah/desa Kayu Aro Ambai yang menggunakan aplikasi BRImo. Populasi ini dipilih karena mereka merupakan pengguna langsung dari aplikasi yang sedang diteliti, sehingga dapat memberikan informasi yang relevan mengenai inovasi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuota sampling. Teknik ini dipilih untuk memastikan setiap sub kelompok tertentu terwakili berdasarkan kuota yang telah ditentukan. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BRI pengguna BRImo sebanyak 30 orang yang dipilih sebagai sampel.

#### **3.4.3 Ukuran Sampel**

Ukuran sampel diambil dengan menggunakan rumus Rescoe (1982), rumus Roscoe memiliki persyaratan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut .

Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel penelitian yang terdiri dari

(variabel bebas atau independent sebanyak 2 dan variabel terikat atau dependen sebanyak 1), maka jumlah anggota sampel adalah  $10 \times 3 = 30$ .

#### **3.4.4 Teknik Pengumpulan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik kuota sampling merupakan metode pengambilan sampel non-probabilitas serba guna yang dirancang untuk memastikan bahwa sub kelompok tertentu dalam suatu populasi terwakili secara memadai dalam suatu penelitian atau memastikan setiap sub kelompok tertentu terwakili berdasarkan kuota yang telah ditentukan. Teknik pengumpulan sampel yaitu penyebaran kuesioner kepada 30 responden terdiri dari berbagai kalangan atau karakteristik responden, seperti jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan pengguna BRImo dan frekuensi penggunaan aplikasi Brimo di Kayu Aro Ambai. Teknik pengumpulan sampel yaitu penyebaran kuesioner kepada 30 responden yang telah ditetapkan berdasarkan kriteria atau kelompok tersebut diatas.

#### **3.5 Jenis Data**

##### **a. Data primer**

Data primer adalah jenis dan sumber data penelitian yang didapatkan data primer secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan/pernyataan penelitian. Data dalam penelitian didapatkan secara langsung dari objek penelitian. Yaitu meliputi 30 nasabah/pengguna aplikasi BRImo di desa Kayu Aro Ambai. Dengan maksud atau tujuan untuk mencapai kewajaran secara maksimal agar

memudahkan memperoleh data secara baik, dengan cara memberikankuesioner atau angket kepada 30 nasabah/pengguna aplikasi BRImo di desa Kayu Aro Ambai.

Jenis data yang akan dikumpulkan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau jumlah, yang memungkinkan dilakukannya analisis statistik. Jenis data kuantitatif ini sesuai dengan metode survey yang menggunakan kuesioner dengan skala likert untuk mengukur variabel-variabel seperti inovasi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah. Contohnya seperti skor kuesioner, jumlah transaksi, waktu respon, pendapatan nasabah.

b. Data Sekunder

Sekunder merupakan salah satu jenis data yang dapat diandalkan dari segi kemudahan, efisiensi biaya dan kepraktisan dalam hal pengumpulan data. Ketika mahasiswa melakukan penelitian. Data sekunder adalah jenis data tambahan yang tidak diperoleh dari sumber utama, tetapi sudah melalui sumber-sumber lain sebelumnya. Hal ini berarti bahwa pengguna data tersebut tidak merasakan secara langsung fenomena yang sedang diteliti, tetapi mendapatkan informasinya dari sumber-sumber primer lainnya (Sugiyono, 2012).

### 3.6 Sumber Data

#### 1. Sumber Data Primer

Data primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok (Abdurachman, 2015). Jadi data yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan sumber data primer dengan menggunakan angket penelitian yang berupa data kuantitatif yang berbentuk angka berupa skala, dengan menggunakan skala likert.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder ialah jenis dan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Data sekunder itu berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data documenter (Riduwan, 2017). Penulis mendapatkan data sekunder yaitu dengan cara mencari data terkait dengan penggunaan digital Banking, tingkat literasi keuangan dan pengguna aplikasi mobile banking seperti BRImo.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuisisioner atau angket dan dokumentasi (Riduwan, 2017). Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### a. Kuesioner atau Angket

Angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik angket ini digunakan untuk mengungkapkan data tentang pengaruh inovasi dan kemudahan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo di Kayu Aro Ambai. Pemberian skor dalam kuesioner ini menggunakan pengukuran skala Likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Skor Butir Kreiteria Penilaian**

<b>Alternatif Jawaban)</b>	<b>Skor (positif)</b>
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber : Muhammad Idrus, 2010**



### 3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu adalah angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berisi pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Menurut (Purwanto, 2018), kuesioner merupakan instrumen penelitian yang umumnya digunakan untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang berisi pernyataan-pernyataan yang disusun sedemikian rupa tentang variabel penelitian. Kuesioner memungkinkan peneliti untuk mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik yang dijadikan responden pada suatu variabel penelitian. Tujuan dari pembuatan kuesioner adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dan mendapatkan data dengan validitas dan reliabilitas yang setinggi mungkin. Sedangkan untuk pengukuran sikap skala yang digunakan yaitu skala Likert/Rating Scale (Likert Scale) (Riduwan, 2017).

Pada penggunaan skala Likert, variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Berdasarkan indikator-indikator tersebut akan dibuat suatu pertanyaan/pernyataan yang akan digunakan sebagai item pada instrumen.

### 3.9 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Uji validitas dilakukan jika variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel laten. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Misalnya, kita ingin mengukur Kinerja Karyawan. Untuk melihat tingkat kinerja karyawan, karyawan tersebut diberi lima pertanyaan, maka lima pertanyaan

tersebut harus tepat mengungkapkan bagaimana kinerja karyawan. Dalam uji pengukuran validitas terdapat dua macam yaitu Pertama, mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan (item) dengan total item. Kedua, mengkorelasikan antar masing-masing skor indikator item dengan total skor konstruk. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 2013).

Seperti yang telah dikemukakan Sugiyono (2013) bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) maka butir instrumen dinyatakan valid. Kriteria pengujian Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan computer melalui program SPSS (Statistical product servis solusion) yaitu:

- a. Jika  $r_0 > r_{tabel}$  : instrumen dikatakan valid.
- b. Jika  $r_0 < r_{tabel}$  : instrumen dikatakan tidak valid (Sugiyono,2013)

### **3.9.2 Uji Realibilitas**

Menurut (Notoatmodjo, 2005) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali.

Kuesioner dikatakan dikatakan reliabel menurut Ghozali (2018) bahwa apabila Crobach's Alpha diterima jika  $> 0,6$  .

### 3.10 Uji Asumsi Klasik

#### 3.10.1 Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal, seperti diketahui uji t dan f mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara mendeteksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic.

##### 1. Analisis grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khusus untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal.

##### 2. Analisis statistik

Karena uji sebelumnya bisa menyesatkan jika sampel nya kecil. Oleh karena itu dianjurkan juga dilengkapi dengan uji statistic.

##### 1. Uji Kolmogorov – Smirnov (KS)

Uji normalitas Uji Kolmogorov – Smirnov merupakan dari uji asumsi klasik bertujuan mengetahui apabila nilai residual berdistribusi normal atau

tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

### 3.10.2 Uji Heterokedasitas

Uji heterokedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten.

Menurut (Ghozali, 2018), uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID (residual) dan ZPRED (variabel terikat) dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di studentized. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini juga menggunakan uji rank spearman. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  (5%) maka tidak terdapat heteroskedastisitas atau homoskedastisitas

### 3.10.3 Uji Multikolinaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi tinggi antara variable independen dalam model linear berganda.

Jika terdapat korelasi tinggi inggi antara variabel independen, hal ini

dapat mengganggu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Adanya multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dideteksi dengan beberapa cara di bawah ini :

1. Nilai  $R^2$  tinggi, tetapi hanya sedikit nilai t ratio yang signifikan. Jika nilai  $R^2$  tinggi di atas 0.80, maka uji F pada sebagian besar kasus akan menolak hipotesis yang menyatakan bahwa koefisien slope parsial secara simultan sama dengan nol, tetapi uji individual menunjukkan sangat sedikit koefisien slope parsial yang secara statistik berbeda dengan nol.
2. Adanya pair-wise correlation yang tinggi antar variabel independen. Jika pair-wise atau zero order correlation antar dua variabel independen tinggi, katakanlah 0.80, maka multikolinearitas merupakan masalah serius. Hal ini dapat dideteksi dengan melihat matrik korelasi antar variabel independen.
3. Melihat korelasi parsial. Pada regresi variabel  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  terhadap  $Y$ , jika nilai  $R^2_{1234}$  sangat tinggi, tetapi  $r^2_{12.34}$ ,  $r^2_{13.34}$  dan  $r^2$  relatif rendah nilainya, maka dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  saling berkorelasi tinggi dan salah satu dari variabel ini superfluous.
4. Auxiliary regression. Multikolinearitas timbul karena satu atau lebih variabel independen berkorelasi secara linear dengan variabel independen lainnya. Salah satu cara menentukan variabel  $X$  mana yang berhubungan dengan variabel  $X$  lainnya adalah dengan meregres setiap  $X_i$  terhadap variabel  $X$  sisanya dan menghitung nilai  $R^2$ .

### 3.11 Teknik analisa data

#### 3.11.1 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Regresi linear berganda ingin menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent (*explanatory*) terhadap suatu variabel dependen dan umumnya dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu$$

#### Keterangan :

Y = kepuasan nasabah dalam menggunakan BRImo

$\beta_1 \beta_2$  = kofeisien regresi masing-masing variabel.

X1 = inovasi

X2 = kemudahan

a = konstanta

$\mu$  = nilai kesalahan (error) (ghozali, 2017)

### 3.12 Uji hipotesis

#### 3.12.1 Uji signifikan parameter individual (Uji statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan, jika asumsi normalitas error yaitu  $\mu_i \sim N(0, \sigma^2)$  terpenuhi, maka kita dapat menggunakan uji t untuk menguji koefisien parsial dari regresi. Misalkan kita ingin

menguji variabel X1 berpengaruh terhadap Y dengan menganggap variabel X lainnya konstan:

$$H_0: \beta_1 = 0 \text{ Dan } H_A: \beta_1 \neq 0$$

$$\text{Uji } t \quad t = \frac{\beta_1}{se(\beta_1)}$$

Keterangan :

$\beta_1$  = koefisien parameter

$se(\beta_1)$  = standar error koefisien parameter

Jika nilai hitung  $t >$  nilai  $t$  table  $t_{\alpha}(n - k)$ , maka  $H_0$  ditolak yang berarti X1 berpengaruh terhadap Y.  $\alpha$  adalah tingkat signifikan dan  $(n - k)$  derajat bebas yaitu jumlah  $n$  observasi dikurangi jumlah variabel independen dalam model.

Dasar pengambilan keputusan : uji  $t$

1. Jika nilai sig  $< 0,05$  atau  $t$  hitung  $>$   $t$  table maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel y.
2. Jika nilai sig  $> 0,05$  atau  $t$  hitung  $<$   $t$  table maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel . (ghozali 2017)

### 3.12.2 Uji R (koefisien determinasi)

Uji r adalah suatu uji dimana pada dasarnya mengukur seberapa jauh model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti

variabel-variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dalam kenyataannya nilai adjusted  $R^2$  dapat bernilai negative, walaupun yang dikehendaki harus positif. Menurut (Gujarati, 2003) jika dalam uji empiris didapati nilai adjusted  $R^2$  negatif, maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 0$ , maka adjusted  $R^2 = R^2 = 0$ , sedangkan jika nilai  $R^2 = 1$ , maka adjusted  $R^2 = (1 - k)/(n - k)$ . Jika  $k > 1$ , maka adjusted  $R^2$  akan bernilai negatif.

### 3.12.3 Uji f (uji signifikan keseluruhan (overall))

Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Secara matematis nilai F dapat dinyatakan dalam rumus seperti dibawah ini :

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

**Keterangan :**

K = banyaknya variabel bebas

N = Jumlah sampel

$R^2$  = Koefisien Determinasi

F = Fhitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan Ftabel

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika nilai sig  $< 0,05$  atau F hitung  $> F$  table maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel y.

- Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y . (ghozali 2017)



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Deskriptif

Data dalam penelitian ini di kumpulkan dengan metode survei melalui metode penyebaran kuesioner pada nasabah bank rakyat Indonesia (BRI) di kayu aro ambai. kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang telah dikembangkan oleh peneliti. Dimana total item pertanyaan dalam kuesioner yaitu sebanyak 33 item pertanyaan. Terdiri dari pertanyaan mengenai pengaruh inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna brimo di kayu aro ambai.

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer yaitu kuesioner. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 30 kuesioner dengan tingkat persentase 100% dan kuesioner yang Kembali sebanyak 30 kuesioner dan diolah sebanyak 30 kuesione, sehingga tingkat pengembalian kuesioner sebesar 100% untuk lebih jelasnya, dapat di lihat ditabel 4.1 berikut ini :

*table 4. 1 Deskripsi data*

keterangan	jumlah	Persentase %
Kuesioner disebarkan	30	100
Kuesioner yang Kembali dan diolah	30	100
Kuesioner yang tidak dikembalikan	0	0

*Sumber: Data primer yang diolah 2025*

#### 1. Karakteristik responden

Penelitian ini menggunakan tanggapan atau persepsi jawaban responden yaitu sebanyak 30 responden yaitu Nasabah bank Bank Rakyat Indonesia di desa kayu aro ambai. karakteristik responden dimana masing-masing jawaban responden dibedakan 3 kategoiei seperti jenis kelamin, Pendidikan, dan pekerjaan. Berikut ini rincian responden.

58

##### a. Responden menurut jenis kelamin

Berikut ini data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini :

**table 4. 2**  
**Keadaan responden Berdasarkan Jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Laki – laki	19	63,3
2	Perempuan	11	36,7
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

b. Responden menurut tingkat Pendidikan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini dapat kita rinciannya dalam tabel 4.3 sebagai berikut:

**table 4. 3**  
**Keadaan responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP	1	3,3
2	SMA/SMK	9	30
3	Diploma	1	3,3
4	Sarjana	14	46,7
5	Pasca sarjana	5	16,7
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

Sumber: data primer yang diolah 2025

c. Responden menurut pekerjaan

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dipenelitian ini dapat kita lihat rinciannya didalam tabel 4.4 sebagai berikut :

**table 4. 4 Keadaan Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	11	36,7
2	mahasiswa	2	6,7
3	Tani	2	6,7
4	wiraswasta	3	10
5	Dosen	1	3,3
6	Lain-lain	9	30
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

Sumber :  
primer yang  
diolah 2025

2. Tingkat Capaian Reponden (TCR)

a. Kepuasan Nasabah (Y)

Unutuk melihat hasil dari kuesioner variabel kepuasan nasabah dalam menggunakan Brimo, sehingga dapat kita lihat jawaban responden dalam pertanyaan tentang kepuasan nasabah BRI dalam menggunakan Brimo yang terdiri dari 3 indikator. Peneliti dapat menjelaskan hasil kuesioner yang telah kita analisis.

Berikut ini hasil jawaban responden untuk masing-masing pertanyaan variabel Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Brimo dapat kita lihat sebagai berikut:

**table 4. 5 kepuasan Nasabah (Y)**

No	indikator	Pertanyaan	TCR	IDX (%)	Kriteria
1	Kesesuaian Harapan	Layanan yang diberikan oleh brimo sesuai dengan harapan saya.	98	81,7	BAIK
2		Fitur-fitur dalam brimo mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan.	97	80,8	BAIK
3		Saya merasa puas dengan kecepatan dan konsistensi layanan brimo.	93	77,5	CUKUP BAIK

4	Minat berkunjung Kembali	saya akan terus menggunakan brimo karena merasa puas dengan layanannya sesuai kebutuhan saya.	93		
5		saya lebih memilih brimo dibandingkan aplikasi perbankan lain karena kepuasan yang saya rasakan sesuai keutuhan saya inginkan.	91	77,5	CUKUP BAIK
6		Saya akan sering menggunakan brimo untuk transaksi karena layanan sesuai dengan kebutuhan saya perlukan.	95	75,8	CUKUP BAIK
7	Kesediaan merekomendasi	Saya akan merekomendasikan brimo kepada keluarga dan teman karena saya merasa puas dengan layanan yang tersedia.	93	79,2	CUKUP BAIK
8		Saya akan berbagi pengalaman positif saya dalam menggunakan brimo kepada orang lain.	97		
9		Saya merasa puas dengan brimo sehingga saya ingin mengajak lebih banyak orang untuk menggunakannya.	95	77,5	CUKUP BAIK
<b>Rata-rata</b>			<b>95</b>	<b>79</b>	<b>Cukup baik</b>

Sumber: data primer yang diolah 2025, lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.5 bahwa diperoleh total caapaian responden variabel Kepuasan Nasabah diperoleh persentase 79 % dengan kategori Cukup Baik, hal ini menandakan interpretasi data deskriptif Kepuasan Nasabah Pengguna Brimo sudah Cukup Baik digunakan.

b. Inovasi (X1)

Untuk melihat hasil kuesioner dari variabel invasi ,maka dapat kita lihat jawaban dari 30 responden terhadap pertanyaan tentang inovasi yang terdiri dari 4 indikator. Maka dapat dijelaskan hasil kuesioner yang telah dianalisis. Hasil dari

jawaban masing-masing pertanyaan variabel inovasi yang bisa dilihat sebagai berikut:

**table 4. 6 Inovasi (X1)**

No	indikator	Pertanyaan	TCR	IDX (%)	Kriteria
10	Perubahan desain	Saya merasa desain tampilan brimo semakin modern dan menarik.	94	78,3	CUKUP BAIK
11		Perubahan desain pada brimo membuat navigasi aplikasi menjadi lebih mudah.	94	78,3	CUKUP BAIK
12		Tampilan terbaru brimo lebih user-friendly dibandingkan sebelumnya.	94	78,3	CUKUP BAIK
13	Inovasi Teknis	Brimo semakin responsive dan cepat setelah adanya inovasi teknis.	92	76,7	Cukup baik
14		Inovasi teknis yang dilakukan brimo membuat transaksi lebih aman dan nyaman.	98	81,7	Baik
15		Sistem keamanan brimo terus diperbarui sehingga saya merasa lebih percaya saat bertransaksi.	95	79,2	Cukup baik
16	Pengembangan	Brimo secara berkala menghadirkan fitur baru yang bermanfaat bagi pengguna.	96	80	BAIK
17		Pengembangan yang dilakukan brimo membantu saya dalam melakukan transaksi lebih efisien.	94	78,3	Cukup baik
18		Brimo terus memperbaiki fitur-fiturnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.	94	78,3	Cukup BAIK
19	Pengembangan layanan baru	Saya merasa layanan baru yang dtambahkan brimo semakin mempermudah kebutuhan transaksi.	97	80,8	BAIK
20		Inovasi layanan baru di brimo lebih unggul dibandingkan aplikasi perbankan lainnya.	95	79,2	CUKUP BAIK
21		Layanan baru yang dihadirkan brimo sesuai dengan	96	80	Baik

		perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah.			
<b>Rata-rata</b>			<b>95</b>	<b>79,46</b>	<b>Cukup baik</b>

*Sumber: data primer yang diolah 2025, lampiran 2*

Berdasarkan tabel 4.6 bahwa didapatkan total caapaian responden variabel Inovasi fitur aplikasi diperoleh persentase 79,46 % dengan kategori Cukup Baik, hal ini menandakan bahwa interpretasi data deskriptif Inovasi fitur aplikasi Cukup Baik digunakan.

c. Kemudahan (X2)

Untuk melihat hasil kuesioner dari variabel inovasi ,maka dapat kita lihat jawaban dari 30 responden terhadap pertanyaan tentang inovasi yang terdiri dari 4 indikator. Maka dapat dijelaskan hasil kuesioner yang telah dianalisis. Hasil dari jawaban masing-masing pertanyaan variabel inovasi yang bisa dilihat sebagai berikut:

*table 4. 7 Kemudahan penggunaan (X2)*

No	indikator	Pertanyaan	TCR	IDX (%)	Kriteria
10	Mudah di Pelajari	Menu dan fitur dalam brimo disusun dengan baik sehingga mudah dipelajari	95	79,2	CUKUP BAIK
11		Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan brimo tanpa perlu banyak bantuan.	101	84,2	BAIK
12		Saya tidak butuh waktu lama untuk memahami cara melakukan transaksi di brimo.	97	80,8	BAIK
13	Mudah digunakan	Brimo sangat praktris dan mudah digunakan untuk kebutuhan transaksi perbankan saya.	100	83,3	BAIK
14		Brimo memungkinkan saya melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan.	91	75,8	CUKUP BAIK
15		Pengalaman penggunaan brimo lebih mudah dibandingkan aplikasi	95	79,2	CUKUP BAIK

		perbankan lainnya yang pernah saya coba.			
16	Jelas dan mudah dipahami	Petunjuk dan informasi dalam brimo disampaikan dengan jelas sehingga mudah dipahami.	92	76,7	CUKUP BAIK
17		Istilah-istilah dalam aplikasi brimo saat menggunakan brimo untuk berbagai jenis transaksi.	93	77,5	CUKUP BAIK
18		Saya dapat dengan mudah menemukan fitur yang saya perlukan di brimo	97	80,8	BAIK
19	Mudah di operasikan	Saya dapat mengoperasikan brimo dengan lancar tanpa mengalami kendala berarti.	98	81,7	BAIK
20		Saya jarang mengalami kesalahan saat mengoperasikan brimo untuk transaksi perbankan.	91	75,8	CUKUP BAIK
21		Brimo dapat digunakan dengan baik tanpa perlu bantuan orang lain.	97	80,8	BAIK
<b>Rata-rata</b>			<b>95</b>	<b>79,46</b>	<b>Cukup baik</b>

Sumber: data primer yang diolah 2025, lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.7 bahwa didapatkan total caapaian responden variabel kemudahan Penggunaan diperoleh persentase 79,46 % dengan kategori Cukup Baik, hal ini menandakan bahwa data deskriptif Kemudahan penggunaan Cukup Baik digunakan.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Hasil uji instrumen penelitian

#### 1. Hasil uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk mengikis suatu kuesioner penelitian apakah layak untuk mengukur suatu data penelitian apakah valid (shahih) atau tidak Valid. Jumlah sampel dalam uji validitas berjumlah 30 responden.

**table 4. 8 Rekapitulasi hasil Uji Validitas Inovasi (x1)**

Pernyataan	R hitung	><	R Tabel	Keterangan
1	0,680	>	0,361	VALID
2	0,761	>	0,361	VALID
3	0,800	>	0,361	VALID
4	0,917	>	0,361	VALID
5	0,836	>	0,361	VALID
6.	0,875	>	0,361	VALID
7	0,823	>	0,361	VALID
8	0,820	>	0,361	VALID
9	0,903	>	0,361	VALID
10	0,825	>	0,361	VALID
11	0,769	>	0,361	VALID
12	0,854	>	0,361	VALID

Sumber : Data yang Diolah dengan SPSS 25 pada 2025, lampiran 4

Berdasarkan tabel bahwa hasil uji validitas dari Inovasi Fitur Aplikasi berjumlah 12 butir angket, setelah di uji validitas, 12 butir angket yang valid, maka yang digunakan untuk penelitian adalah seluruh angket Inovasi Fitur Aplikasi dengan jumlah 12 item kuesioner.

**table 4. 9 Rekapitulasi hasil uji Validitas kemudahan penggunaan (X2)**

Pernyataan	R hitung	><	R Tabel	Keterangan
1	0,843	>	0,361	VALID
2	0,813	>	0,361	VALID
3	0,885	>	0,361	VALID
4	0,740	>	0,361	VALID
5	0,859	>	0,361	VALID
6.	0,849	>	0,361	VALID
7	0,913	>	0,361	VALID
8	0,834	>	0,361	VALID
9	0,882	>	0,361	VALID
10	0,928	>	0,361	VALID
11	0,865	>	0,361	VALID
12	0,875	>	0,361	VALID

Sumber : Data yang Diolah dengan SPSS 25 pada 2025, lampiran 4

Berdasarkan tabel bahwa hasil uji validitas dari Kemudahan Penggunaan berjumlah 12 butir angket, setelah di uji validitas, 12 butir angket yang valid, maka

yang digunakan untuk penelitian adalah seluruh angket Kemudahan Penggunaan dengan jumlah 12 item kuesioner.

**table 4. 10 Rekapitulasi  
Hasil Uji Validitas kepuasan Nasabah (Y)**

Pernyataan	R hitung	><	R Tabel	Keterangan
1	0,910	>	0,361	VALID
2	0,840	>	0,361	VALID
3	0,920	>	0,361	VALID
4	0,914	>	0,361	VALID
5	0,772	>	0,361	VALID
6.	0,891	>	0,361	VALID
7	0,725	>	0,361	VALID
8	0,807	>	0,361	VALID
9	0,853	>	0,361	VALID

*Sumber : Data yang Diolah dengan SPSS 25 pada 2025, lampiran 4*

Berdasarkan tabel bahwa hasil uji validitas dari Kepuasan Nasabah bagi Pengguna BRimo berjumlah 9 butir angket, setelah di uji validitas, 9 butir angket yang valid, maka yang digunakan untuk penelitian adalah seluruh angket Kepuasan Nasabah dengan jumlah 9 item kuesioner.

Berdasarkan tabel uji validitas diatas diketahui bahwa seluruh item questioner variabel Inovasi dinyatakan valid. Hasil kuesioner Kemudahan Penggunaan yang dinyatakan valid selanjutnya bisa digunakan sebagai instrumen dalam penelitian karena instrumen dianggap sudah mampu mengukur apa yang hendak di ukur. Berdasarkan hasil rekapitulasi uji validitas Inovasi Fitur Aplikasi , Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan BRImo bisa disimpulkan bahwa untuk semua item kuesioner baik, di ketahui nilai r hitung > r tabel sehingga seluruh item kuesioner dinyatakan valid.

## 2. Hasil uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Uji reliabilitas digunakan mengukur suatu kuesioner bisa dilihat ditabel 4.11 dibawah ini.

**table 4. 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Inovasi (X1),Kemudahan (X2)**  
**dan Kepuasan Nasabah (Y)**

No	variabel	Cronbach's Alpha	><	Cut Off	Ket
1	Y	0,951	>	0,6	Reliabel
2	X1	0,953	>	0,6	Reliabel
3	X2	0.966	>	0,6	Reliabel

Sumber : Data yang Diolah dengan SPSS 25 pada 2025, lampiran 4

Dari tabel diketahui bahwa nilai Cronbach's alpha, maka dapat disimpulkan ketiga variabel kuesioner dinyatakan sudah Reliabel, hal ini menunjukkan bahwa Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat bekerja, dipercaya dan diandalkan.

### 4.2.2 Hasil uji asumsi klasik

#### 1. Hasil uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal, seperti diketahui uji t dan f mengasumsikan nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Data yang bagus yaitu data yang berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan kurva normal *Propability plot*, dengan ketentuan jika titik-titik

pada grafik menyebar dan berhimpit mengikuti sekitaran garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal. Berikut ini uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov test, dengan dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**table 4. 12**  
**Kurva Normal Propability One-Sample**  
**Kolmogorov-Smirnov Tes**

Asymp. Sig. (2-tailed)	> <	Alpha ( $\alpha$ )	Kesimpulan
0,072	>	0,05	Normal

*Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25, lampiran 5*

Berdasarkan hasil uji Normalitas diatas sehingga diketahui nilai signifikansi  $0,072 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

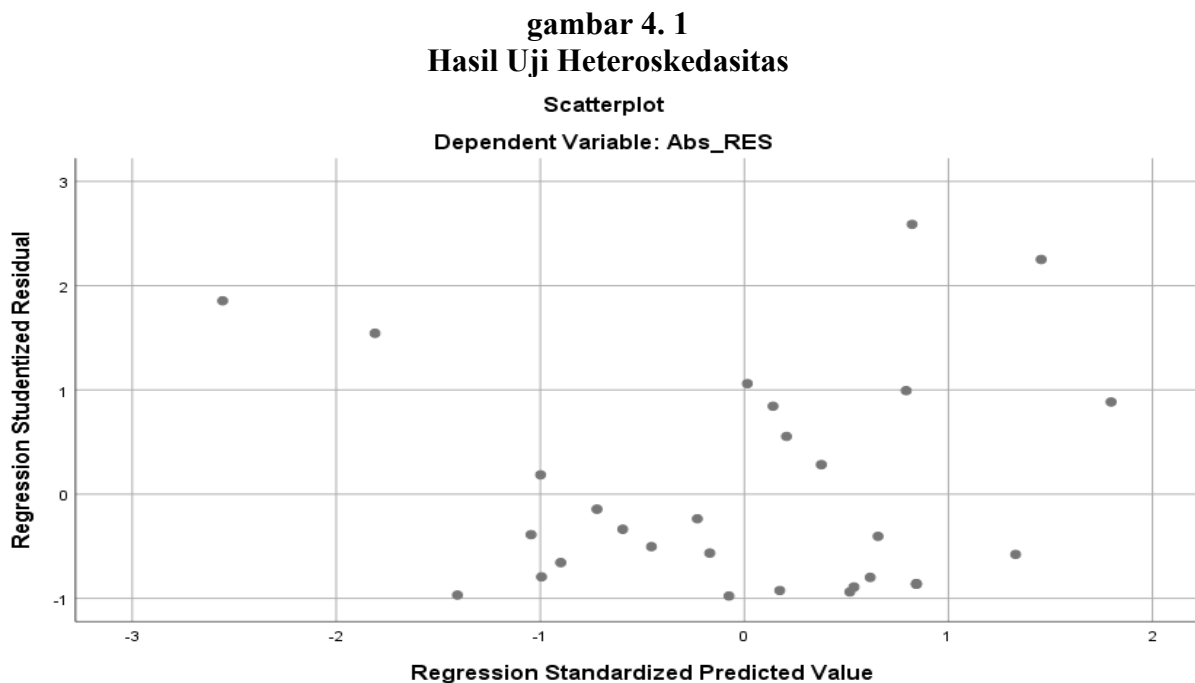
## 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten.

Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedestitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastistas jika.

- a. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja

- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpola. Hasil uji heterokedesitas dapat di lihat pada gambar berikut ini :



Berdasarkan gambar diatas grafik scatterplot dapat kita simpulkan bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut juga homokedastisitas karena variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap.

### 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat korelasi tinggi antara variable independen dalam model linear berganda.

Jika terdapat korelasi tinggi inggi antara variabel independen, hal ini dapat mengganggu hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk mengetahui terjadi multikolinearitas suatu model regresi bisa dilihat nilai VIF (*Variance residual Factor*).

Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 menyebabkan adanya Multikolinearitas. Hasil uji bisa ditebe berikut:

**table 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	CoefficientsA					Ket
	Tolerance	> <		VIF	> <	
(Constant)						Tidak Terjadi
X1	0,224	>	0,10	4,460	< 10	Multikolinearitas
X2	0,224	>	0,10	4,460	< 10	

*Sumber : Data Primer Yang Diolah 2025,lampiran 7*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.13 terlihat bahwa nilai tolerance dan VIF menunjukkan bahwa tidak ada satu Variabel Independen yang memiliki nilai VIF > 10 dan tidak ada satu nilai tolerance variabel independen yang memenuhi nilai tolerance yaitu kurang dari 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas.

#### **4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini adalah Inovasi (X1) dan Kemudahan (X2). Sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Nasabah Penggunaan Brimo (Y). berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh data pengaruh (X1) dan (X2) terhadap (Y) dengan menggunakan hasil hitungan melalui program SPSS.25 yaitu pada tabel 4.14 berikut .

**table 4. 14**  
**hasil analisis regresi linear berganda**

Model	Unstandardized Coefficients
	Nilai Beta (B)
(Constant)	0,315
Inovasi	0,151
Kemudahan	0,583

*Sumber :Data yang diolah 2025, lampiran 8*

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

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

Dimana : Y = kepuasan nasabah

a : 0,315

b<sub>1</sub> : 0,151

b<sub>2</sub> : 0,583

X<sub>1</sub> : Inovasi

X<sub>2</sub> : Kemudahan

e : Tingkat error / tingkat kesalahan

$$Y = 0,315 + 0,151 X_1 + 0,583 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. konstanta sebesar 0,315 hal ini menyatakan nilai pertanda positif jika dilaksanakan variabel Inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan tersebut tidak berubah maka kepuasan nasabah pengguna Brimo dalam kondisi positif.
- b. Koefisien regresi inovasi Fitur Aplikasi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,151 nilai pertanda positif, artinya apabila inovasi fitur aplikasi meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat dengan

dengan demikian diketahui arah hubungan anatara inovasi fitur aplikasi dan kepuasan nasabah searah (positif).

- c. Koefisien regresi Kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,583 nilai pertanda positif, artinya apabila kemudahan penggunaan meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat, dengan demikian diketahui arah hubungan anatara kemudahan penggunaan dan kepuasan nasabah searah (positif).

#### 4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

##### 1. Hasil Uji t (pengujian secara Parsial)

Untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan yang berguna untuk mencari Pengujian Hipotesis dengan membandingkan nilai dari t hitung terhadap t tabel, hasil t hitung dapat di lihat pada tabel 4.15 dengan Pengetahuan signifikan 5% dan jumlah respoden 30 Orang, dengan melakukan uji dua arah, maka didapat t tabel adalah  $df = k:(n-k) = (30-2) = 0,025: (28)$  sehingga diperoleh t tabel = 2.04841.

**table 4. 15 Hasil Uji t**

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig	Alpha	R Sq	Keterangan
X1	1,053	2.04841	0,301	0,05	0,813	Ha ditolak
X2	4,179	2.04841	0,000	0,05	0,813	Ha diterima

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025, lampiran 9

- a. Uji t untuk pengaruh inovasi terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa t Hitung < dari t tabel yang mana  $1,053 < 2.04841$  dan nilai signifikan  $0,301 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa

Ha diTolak dan Ho diTerima. Artinya, inovasi fitur aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di Kayu Aro Ambai.

- b. Uji t untuk pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa  $t$  Hitung  $>$  dari  $t$  tabel yang mana  $4,179 > 2.04841$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya, kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

## 2. Hasil Uji F (Pengujian secara Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas secara bersama sama terhadap Minat Nasabah dalam memilih produk tabungan, yang berguna untuk mencari pengujian hipotesis dengan membandingkan Nilai Dari F Hitung Terhadap F Tabel, Hasil F Hitung dapat di lihat di bawah ini dalam kurva normal dapat di gambarkan pada table 4.16 sebagai berikut.

**table 4. 16 Hasil Uji F**

<b>F Hitung</b>	<b>F Tabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
58,724	3,34	0,000	0,05	Ha diterima

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025,lampiran 10

Dari tabel Hasil uji dua arah, maka didapat ftabel adalah  $df = k: (n - k) (30 - 2) = 28$  sehingga diperoleh  $f$  tabel = 3,34. Dimana  $k$  adalah jumlah variabel bebas dan terikat dan  $n$  adalah jumlah sampel.

Berdasarkan uji Anova atau F tes sehingga didapatkan F hitung 58,724 berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa, dimana F Hitung  $58,724 >$  dari F Tabel 3,34 dan  $0,000 < 0,05$ , sehingga Ha di Terima dan Ho ditolak .

Sehingga bisa disimpulkan bahwa Inovasi fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya dengan kata lain, koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien korelasi ( $R^2$ ) sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut:

**table 4. 17 Hasil Determinasi Koefisien R**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 <sup>a</sup>	,813	,799	2,720

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, INOVASI

*Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025, lampiran 11*

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui besarnya pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan secara Bersama – sama berpengaruh Kepuasan Nasabah pengguna BRImo dapat dilihat dari nilai nilai R Square sebesar 0,813 jika di persentasekan menjadi 81,3% artinya, sumbangan inovasi dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di kayu Aro Ambai sebesar 81,3% dan sisanya 18,7% dipengaruhi oleh Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 4.3 Pembahasan

#### 1. Pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Brimo di Kayu Aro Ambai

inovasi merupakan suatu perubahan baru yang akan mengarah pada perbaikan. Maka inovasi dapat diartikan suatu ide, barang, kejadian, metode yang dirasakan atau diamati sebagai suatu hal yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (masyarakat), baik itu berupa hasil invensi maupun diskoveri. Inovasi diadakan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memecahkan suatu masalah tertentu (Kusnadi, 2017). Inovasi layanan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong peningkatan kepuasan nasabah. Inovasi layanan dapat menghasilkan perbaikan dan pengembangan dalam cara layanan. Inovasi layanan yang baik akan menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan perusahaan sehingga hal ini dapat memberikan feedback yang baik dan mendapat nasabah yang tetap sedangkan Kualitas layanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada nasabah, membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa inovasi fitur aplikasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di kayu aro ambai. Sedangkan secara Simultan bahwa inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara Bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di kayu aro ambai.

menurut (Antanegoro et al.,2017). Indikator-indikator mengukur variabel inovasi fitur aplikasi yakni perubahan desain, inovasi teknis, pengembangan dan pengembangan layanan baru yang diberikan inovasi fitur aplikasi Brmoi kepada pengguna nya secara simultan berpengaruh positif dilihat dari tujuannya

meningkatkan fungsional fitrunya, peningkatan teknologi yang sudah ada membantu perusahaan meningkatkan kinerja produk, dan penyempurnaan fitur atau produk yang sudah ada agar perusahaan terus relevan dan inovatif dalam menghadapi perubahan pasar, dan meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas serta membuka peluang pendapatan tambahan bagi perusahaan.

Berdasarkan hasil TCR Inovasi fitur aplikasi (X1) pada indikator perubahan desain, inovasi teknis, pengembangan dan pengembangan layanan baru berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) dengan nilai cukup baik. Sedangkan hasil TCR Kemudahan Penggunaan (X2) pada indikator inovasi pada indikator mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas serta dipahami,, mudah dioperasikan juga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). maka dapat disimpulkan bahwa indikator variabel inovasi fitur aplikasi (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) pengguna Brimo di kayu aro ambai.

hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Monika et al., 2024) yang mengatakan bahwa inovasi fitur aplikasi dan kemudahan pengguna secara simultan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di di kayu aro ambai.

## 2. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo di Kayu Aro Ambai

Penelitian bertujuan mengetahui pengaruh kemudahan pengguna terhadap kepuasan nasabah pengguna brimo di kayu aro ambai. berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna brimo di kayu aro ambai . Dapat disimpulkan bahwa H2

diterima dan  $H_0$  ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan nilai positif signifikan artinya kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna brimo di kayu aro ambai.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan diatas dan diperoleh hasilnya bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Brimo, dengan demikian berarti bahwa semakin meningkat kemudahan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah pengguna brimo

Hal ini sejalan dengan penelitian (Soleha et al.,2024) bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking.

### 3. Pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai seacar bersamaan/simultan. Dari hasil uji F menyatakan bahwa Inovasi Fitur Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara Bersamaan Atau simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai.

Sedangkan, pengujian hasil uji dterminasi tampak pada hasil penelitian diatas besarnya koefisien determiniasi atau R Square hal tersebut berarti bahwa variabel kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi fitur Aplikasi dan Kemudahan penggunaan, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data pada penelitian “pengaruh Inovasi Fitur Aplikasi dan kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai”, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian uji t bahwa Nilai t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > ( $\alpha$ ). Berdasarkan kriteria uji Signifikan, bahwa H1 ditolak dan Ho diterima. Dengan demikian variabel Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.
2. Berdasarkan hasil pengujian uji t bahwa Nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < ( $\alpha$ ). Berdasarkan kriteria uji Signifikan, bahwa H2 diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo.
3. Berdasarkan hasil pengujian Uji F menunjukkan F hitung > dari F Tabel dan nilai Sig < ( $\alpha$ ). Artinya H3 diterima dan Ho ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai secara simultan.

Sedangkan hasil uji determinasi diketahui besar nilai koefisien determinasi atau R square diatas bahwa variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel inovasi fitur aplikasi dan kemudahan penggunaan, sedangkan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain tidak ada dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan sehingga ada beberapa saran yang bermanfaat untuk kemajuan untuk aplikasi BRImo berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa hipotesis satu (H1) ditolak, boleh disimpulkan bahwa inovasi fitur aplikasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo, oleh karena disarankan kepada Pihak perbankan khusus bagian layanan keuangan berbasis Mobile banking agar memperhatikan setiap inovasi-inovasi yang dilakukan agar Proses adopsi bagi pengguna Brimo bisa diterima dengan baik dan bermanfaat bagi penggunaan.
2. Bagi Pihak Bank BRI, khususnya pengelola aplikasi BRImo, disarankan untuk terus melakukan pengembangan dan inovasi fitur secara berkelanjutan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Fitur-fitur baru hendaknya tidak hanya berorientasi pada kecanggihan teknologi, tetapi juga memperhatikan aspek fungsionalitas, keamanan, dan kemudahan akses bagi seluruh segmen nasabah.
3. Untuk Penelitian Selanjutnya, disarankan agar memperluas cakupan wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain seperti persepsi keamanan, kualitas layanan digital, atau loyalitas nasabah untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna aplikasi mobile banking.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman. (2015). *Metodologi penelitian: Konsep, teknik, dan aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barnes, James G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management: Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi.
- Batoebara, M. H. (2021). *Manajemen inovasi dalam perspektif kebijakan publik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Darmeninis dan yenny. (2022). *Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Central Asia Cabang Utama Suryopranoto*. Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, Vol.1 No.1 Hal.88-95.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Effendy, Hurriyati, Hendrayati. 2021. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Social Influence: Intention To Use E-Wallet. *Advances in Economics, Journal Business and Management Research*. Vol 187(Gcbme 2020), 311–315.
- Edquist, C. (1999). *Systems of innovation: Technologies, institutions, and organizations*. London: Pinter.
- ermana, D., Suciati, N., & Utomo, D. (2012). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi informasi menggunakan model TAM*. Jurnal Sistem Informasi, 8(1), 15–24.
- Fantika. S., dkk. (2024). *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi M-Banking Brimo Pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Menggunakan End User Computing Satisfaction (Eucs)*. Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika, Vol.8 No.4 Hal.7608-7614
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic econometrics* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Gusmana, A. (2022). *Analisis faktor kemudahan penggunaan dalam penerimaan sistem informasi*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 10(2), 45-53.
- Hatch, E., & Farhady, H. (1981). *Research design and statistics for applied linguistics*. Boston: Newbury House Publishers.
- hotijah, L., Sari, N. P., & Ramadhani, D. (2023). *Manajemen pemasaran: Teori dan praktik kepuasan pelanggan*. Surabaya: Penerbit Cendekia Press.

- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem informasi bisnis (Edisi 2)*. Yogyakarta: Andi.
- Khotibul Umam, (2016). *Perbankan Syariah Dasar -dasar dan Dinamika Perkembangan diindonesia*, jakarta: Rajawali
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen pemasaran (edisi ke-12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi. (2017). *Model Inovasi Pendidikan Dengan Strategi Implementasi Konsep 'Dare to Be Different*. Jurnal Wahana Pendidikan, Vol.4 No.1 Hal. 132-44
- liver, R. L., & Barnes, J. G. (2003). *Customer satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Lupioyadi, Rambat. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Miles, I. (1964). *Techniques of innovation*. London: Cassell.
- Monika. R, Mariah, dan Zaenal. F. R. (2024). *Pengaruh Inovasi Layanan Teknologi Aplikasi BRImo Dan Kualitas Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.Makassar*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol.2 No.1 Hal.64-76.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Niaam, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nidhom, M. (2019). *Usability dan pengalaman pengguna dalam desain produk digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- obbins, S. P. (1994). *Organizational behavior: Concepts, controversies, applications (6th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Qardhawi, Yusuf. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rafidah, Shodiqoh. A, dan Maharani. H. N. (2024). *Inovasi Dan Pengembangan Produk Keuangan syariah: Tantangan Dan Prospek Era Revolusi Industri 4.0*. Jurnal Ilmiah Edunomika, Vol.8 No.1 Hal.1-14.
- Riduwan. (2017). *Metode dan teknik menyusun tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations (3rd ed.)*. New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (5th ed.)*. New York: Free Press.

- Roscoe, 1982. *Research Methods For Business*. New York: Mc Graw Hill
- Rosenfeld, S. A. (2002). *Creating smart systems: A guide to innovation leadership*. Westport, CT: Praeger.
- Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & septian, Y. K. (2023). *Pengaruh Kemudahan,keamanan, Manfaat,Dan kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmiah Research anda develomen student. Vol.1No.2 Hal 62-74.
- Shafira, A. S., Aris Sunindyo, & septian, Y. K. (2023). *Pengaruh Kemudahan,keamanan, Manfaat,Dan kepercayaan Terhadap Kepuasan nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmiah Research anda develomen student, Vol.1No.2 Hal 62-74.
- Soleha, Faridatus, Rizak. M, dan Wahyuningtiyas. N. (2024). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmiah Research and Develoment Student, Vol.1 No.2 Hal.62-74.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (edisi revisi). Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi.
- uhamma, M. (2004). *Etika bisnis Islam: Membangun sistem ekonomi alternatif yang berkeadilan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Umar, H. (2005). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wirapraja, A., & Aribowo, A. (2018). *Manajemen inovasi: Teori dan aplikasi dalam bisnis modern*. Malang: Intrans Publishing.
- Wirapraja, Alexander, dan Aribowo. H. (2018). *Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis*. Jurnal Teknik, Vol.7 No.1 Hal.66-72.
- Yordan Antanegoro, RM, Djasuro Surya, and Fauzi Sanusi. (2017). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Dan loyalitas Nasabah*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, Vol.1 No.2 Hal 167-17.

**Lampiran 1****KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth. Saudara/I Ditempat

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati,dalam rangka menyelesaikan studi di IAIN Kerinci, saya:

Nama : Muhammad Hazlin  
Nim : 2110401032  
Jurusan : Perbankan Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : pengaruh Inovasi fitur aplikasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai

Dengan kerendahan hati saya memohon bapak/ibu/saudara/I meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul “ pengaruh Inovasi fitur aplikasi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BRImo di Kayu Aro Ambai”

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan tugas akhir di suatu perguruan tinggi, oleh sebab itu sudi kiranya bapak/ibuk/saudara/i meluangkan waktunya sebentar untuk mengisi kuesioner sesuai dengan kenyataan dan keadaan sebenarnya.

Atas kesediaan bapak/ibu/sauadara/I telah meluangkan waktu mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih

Hormat saya

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

K E R I N C I MUHAMMAD HAZLIN  
NIM.2110401032

### A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah “basmalah” terlebih dahulu dan pahami dengan teliti pernyataan di bawah ini sebelum mengisi angket
2. Kuesioner ditujukan untuk Nasabah Masyarakat Desa Kayu Aro Ambai yang menggunakan BRImo
3. Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan dapat memberikan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i terhadap penelitian ini
4. Berilah tanda centang (✓) pada setiap pernyataan dengan cara memilih salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda,yaitu:

Kriteria Penilaian	Opsi	Positif
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Setuju	S	3
Sangat setuju	SS	4

5. Pengisian angket ini tidak mempengaruhi nilai anda, untuk itu jawablah dengan jujur dan sesuai dengan hati anda.
6. Dengan memberikan jawaban yang obyektif, berarti anda telah membantu peneliti dalam memperoleh data yang benar.
7. Akhiri pengisian angket ini dengan mengucapkan“hamdalah”.

### B. Petunjuk Pernyataan

No	Pertanyaan	Aspek Penilaian			
		SS	S	TS	STS
1	Kepuasan Nasabah				
2	Inovasi Fitur Aplikasi				
3	Kemudahan Penggunaan				

### C. Identitas Responden

a. Nama :

b. Jenis kelamin :  Laki-laki  Perempuan

c. Pendidikan :  SMP  SMA/SMK  Diploma

Sarjana  Pasca sarjana

d. Pekerjaan :  Pelajar  PNS  Wiraswasta

Pegawai  Lain-lain

Swasta

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

### VARIABEL KEPUASAN NASABAH Y

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>Kesesuaian Harapan</b>					
1	Layanan yang diberikan oleh brimo sesuai dengan harapan saya.				
2	Fitur-fitur dalam brimo mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan.				
3	Saya merasa puas dengan kecepatan dan konsistensi layanan brimo.				
<b>Minat Berkunjung Kembali</b>					
4	saya akan terus menggunakan brimo karena merasa puas dengan layanannya sesuai kebutuhan saya.				
5	saya lebih memilih brimo dibandingkan aplikasi perbankan lain karena kepuasan yang saya rasakan sesuai keutuhan saya inginkan.				
6	Saya akan sering menggunakan brimo untuk transaksi karena layanan sesuai dengan kebutuhan saya perlukan.				
<b>Kesediaan Merekomendasi</b>					
7	Saya akan merekomendasikan brimo kepada keluarga dan teman karena saya merasa puas dengan layanan yang tersedia.				
8	Saya akan berbagi pengalaman positif saya dalam menggunakan brimo kepada orang lain.				
9	Saya merasa puas dengan brimo sehingga saya ingin mengajak lebih banyak orang untuk menggunakannya.				

### VARIABEL INOVASI X1

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>Perubahan desain</b>					
10	Saya merasa desain tampilan brimo semakin modern dan menarik.				
11	Perubahan desain pada brimo membuat navigasi aplikasi menjadi lebih mudah.				
12	Tampilan terbaru brimo lebih user-friendly dibandingkan sebelumnya.				
<b>Inovasi Teknis</b>					
13	Brimo semakin responsive dan cepat setelah adanya inovasi teknis.				
14	Inovasi teknis yang dilakukan brimo membuat transaksi lebih aman dan nyaman.				
15	Sistem keamanan brimo terus diperbarui sehingga saya merasa lebih percaya saat bertransaksi.				
<b>Pengembangan</b>					
16	Brimo secara berkala menghadirkan fitur baru yang bermanfaat bagi pengguna.				
17	Pengembangan yang dilakukan brimo membantu saya dalam melakukan transaksi lebih efisien.				

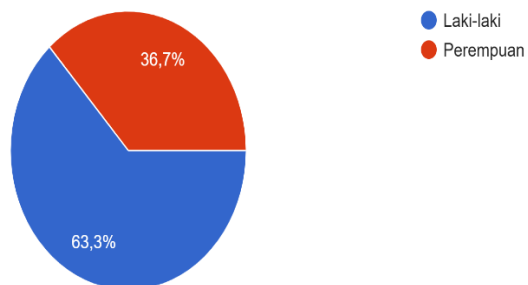
18	Brimo terus memperbarui fitur-fiturnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.				
<b>Pengembangan layanan baru</b>					
19	Saya merasa layanan baru yang dtambahkan brimo semakin mempermudah kebutuhan transaksi.				
20	Inovasi layanan baru di brimo lebih unggul dibandingkan aplikasi perbankan lainnya.				
21	Layanan baru yang dihadirkan brimo sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah.				

### Variabel kemudahan X2

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
<b>Mudah di Pelajari</b>					
22	Menu dan fitur dalam brimo disusun dengan baik sehingga mudah dipelajari				
23	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan brimo tanpa perlu banyak bantuan.				
24	Saya tidak butuh waktu lama untuk memahami cara melakukan transaksi di brimo.				
<b>Mudah digunakan</b>					
25	Brimo sangat praktris dan mudah digunakan untuk kebutuhan transaksi perbankan saya.				
26	Brimo memungkinkan saya melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan.				
27	Pengalaman penggunaan brimo lebih mudah dibandingkan aplikasi perbankan lainnya yang pernah saya coba.				
<b>Jelas dan mudah dipahami</b>					
28	Petunjuk dan informasi dalam brimo disampaikan dengan jelas sehingga mudah dipahami.				
29	Istilah-istilah dalam aplikasi brimo saat menggunakan brimo untuk berbagai jenis transaksi.				
30	Saya dapat dengan mudah menemukan fitur yang saya perlukan di brimo				
<b>Mudah di operasikan</b>					
31	Saya dapat mengoperasikan brimo dengan lancer tanpa mengalami kendala berarti.				
32	Saya jarang mengalami kesalahan saat mengoperasikan brimo untuk transaksi perbankan.				
33	Brimo dapat digunakan dengan baik tanpa perlu bantuan orang lain.				

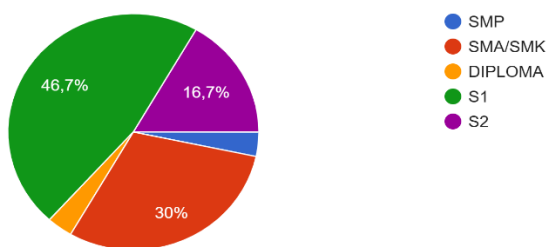
## Hasil responden berdasarkan jenis kelamin

jenis kelamin  
30 jawaban



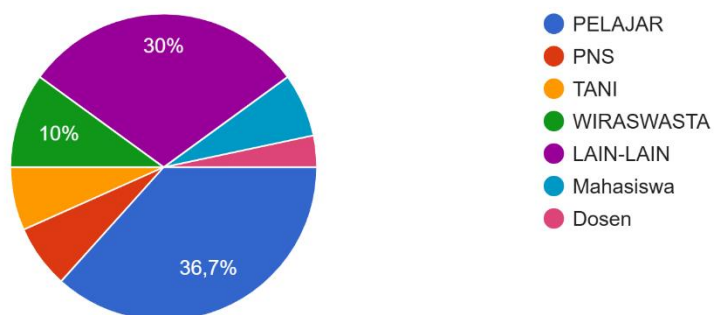
## Berdasarkan pendidikan

Pendidikan  
30 jawaban



## Berdasarkan pekerjaan

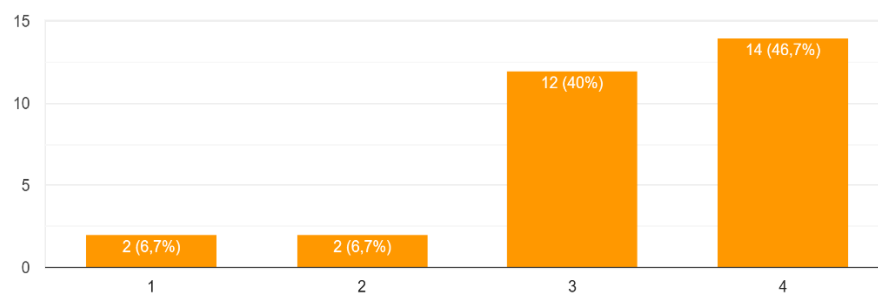
Pekerjaan  
30 jawaban



## Hasil pernyataan variabel kepuasan nasabah (Y)

Layanan yang diberikan oleh brimo sesuai dengan harapan saya.

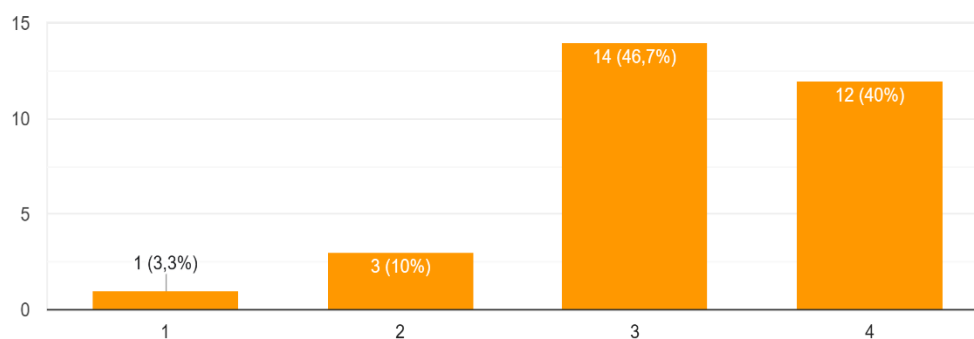
30 jawaban



### Berdasarkan pekerjaan

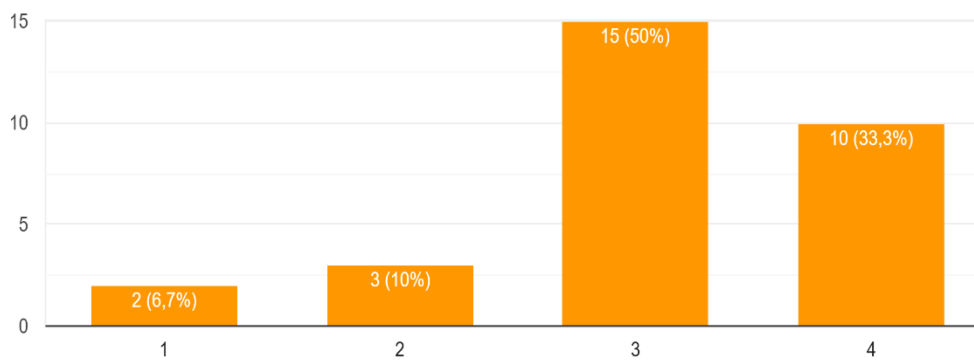
Fitur-fitur dalam brimo mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan.

30 jawaban



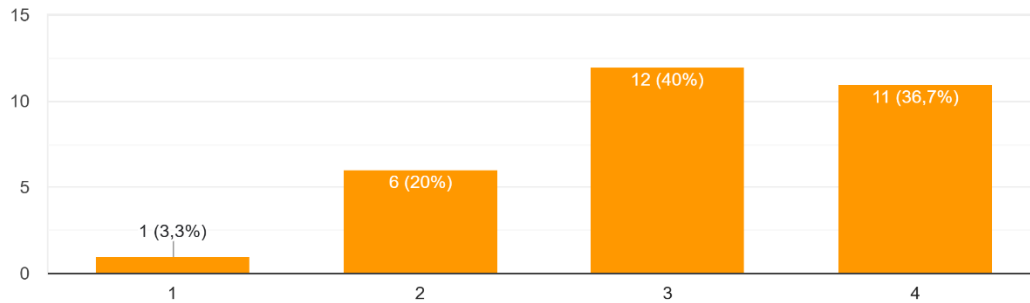
Saya merasa puas dengan kecepatan dan konsistensi layanan brimo.

30 jawaban



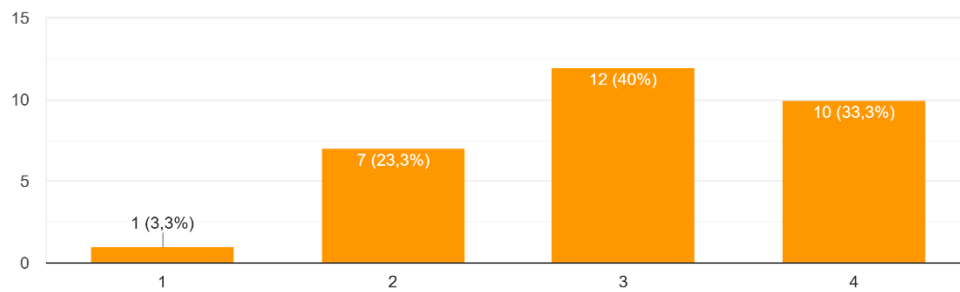
saya akan terus menggunakan brimo karena merasa puas dengan layanannya sesuai kebutuhan saya.

30 jawaban



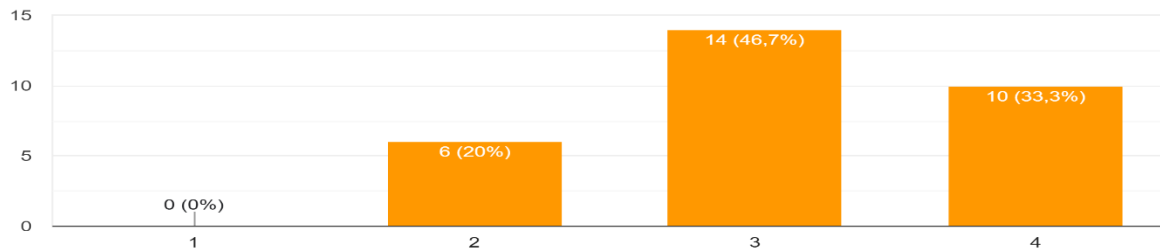
saya lebih memilih brimo dibandingkan aplikasi perbankan lain karena kepuasan yang saya rasakan sesuai keutuhan saya inginkan.

30 jawaban



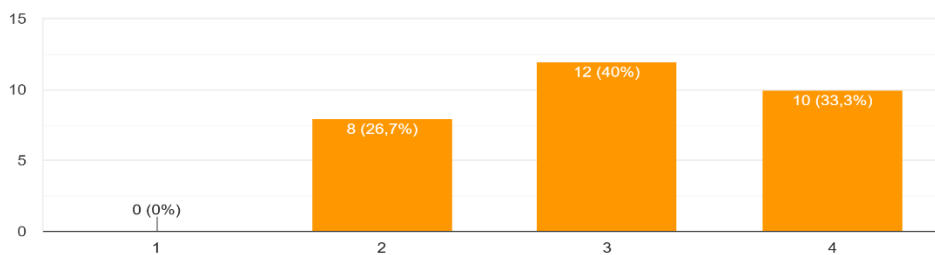
Saya akan sering menggunakan brimo untuk transaksi karena layanan sesuai dengan kebutuhan saya perlukan.

30 jawaban



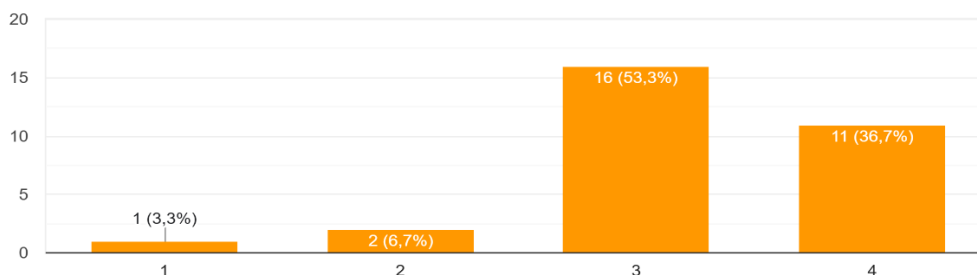
Saya akan merekomendasikan brimo kepada keluarga dan teman karena saya merasa puas dengan layanan yang tersedia.

30 jawaban



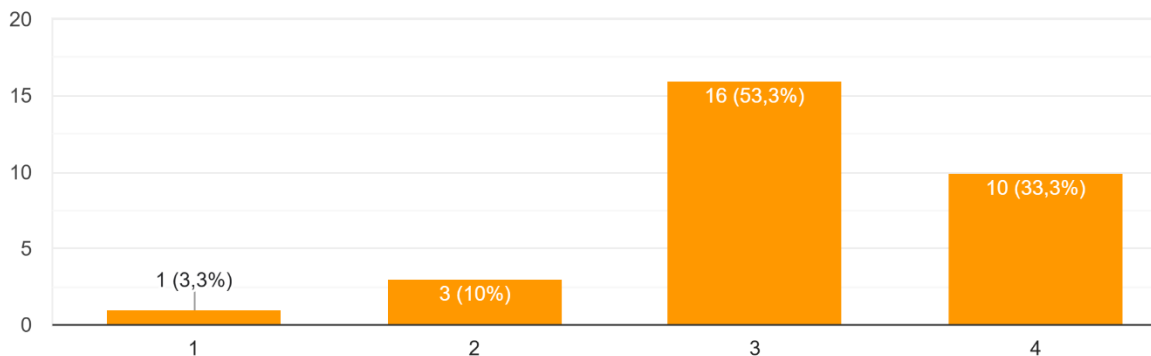
Saya akan berbagi pengalaman positif saya dalam menggunakan brimo kepada orang lain.

30 jawaban



Saya merasa puas dengan brimo sehingga saya ingin mengajak lebih banyak orang untuk menggunakannya.

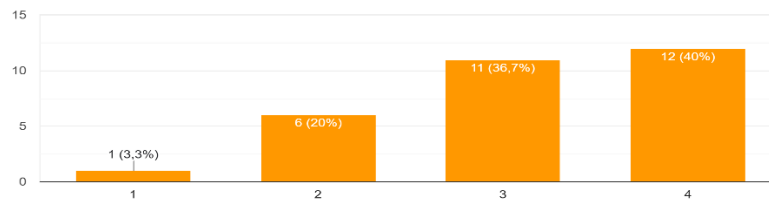
30 jawaban



## Hasil pernyataan variabel inovasi (X1)

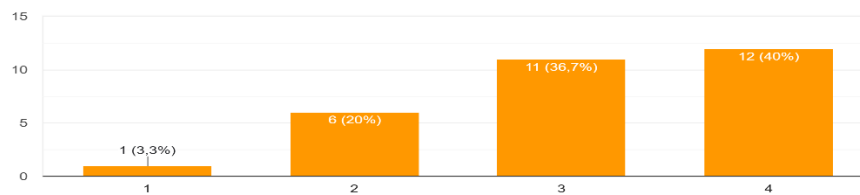
Saya merasa desain tampilan brimo semakin modern dan menarik.

30 jawaban



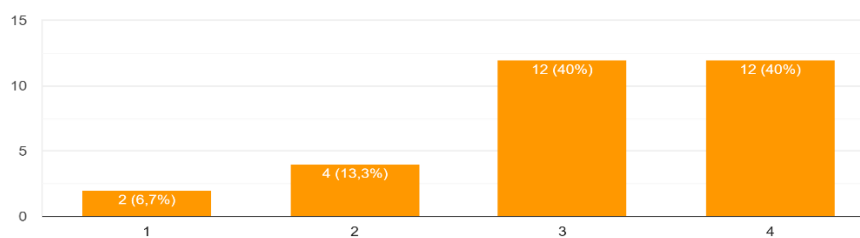
Perubahan desain pada brimo membuat navigasi aplikasi menjadi lebih mudah.

30 jawaban



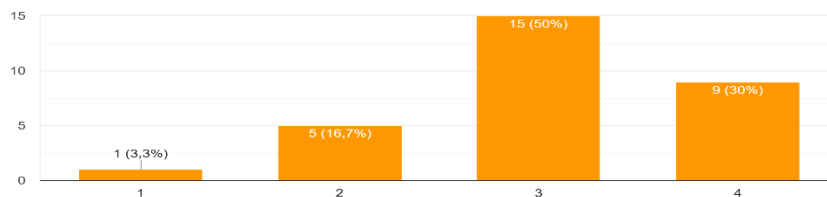
Tampilan terbaru brimo lebih user-friendly dibandingkan sebelumnya.

30 jawaban



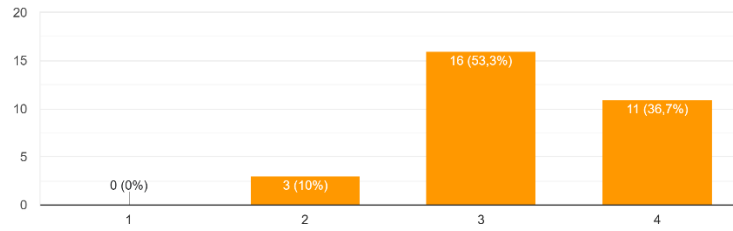
Brimo semakin responsive dan cepat setelah adanya inovasi teknis.

30 jawaban



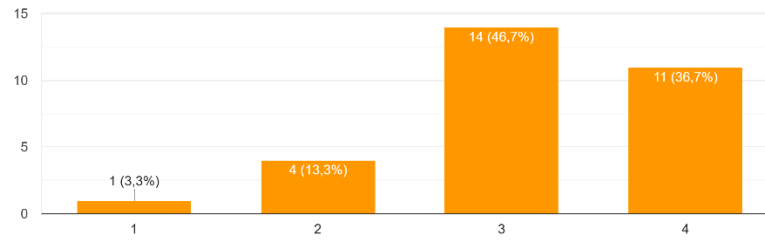
Inovasi teknis yang dilakukan brimo membuat transaksi lebih aman dan nyaman.

30 jawaban



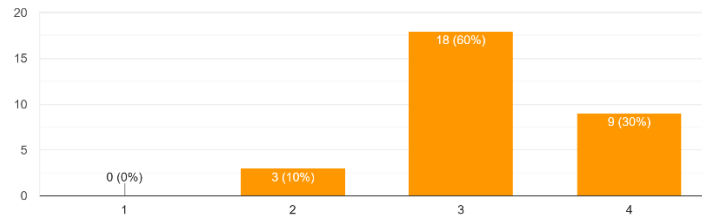
Sistem keamanan brimo terus diperbarui sehingga saya merasa lebih percaya saat bertransaksi.

30 jawaban



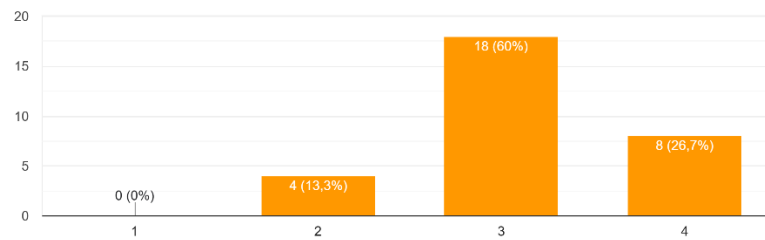
Brimo secara berkala menghadirkan fitur baru yang bermanfaat bagi pengguna.

30 jawaban

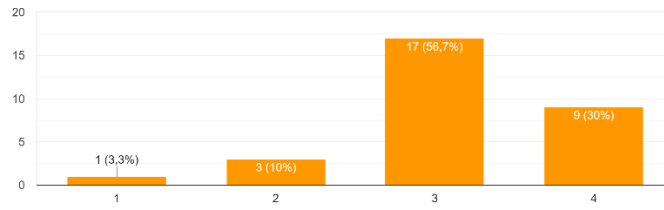


Pengembangan yang dilakukan brimo membantu saya dalam melakukan transaksi lebih efisien.

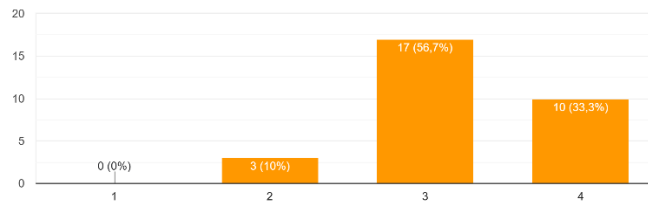
30 jawaban



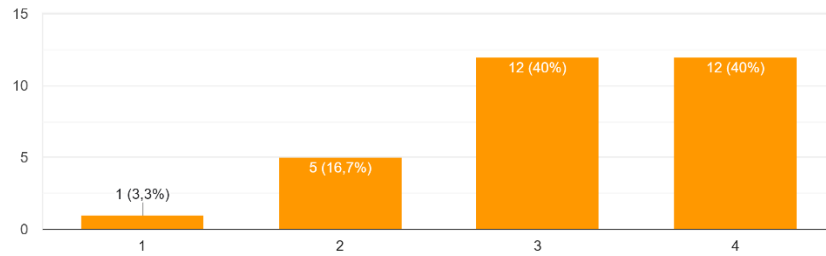
Brimo terus memperbarui fitur-fiturnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.  
30 jawaban



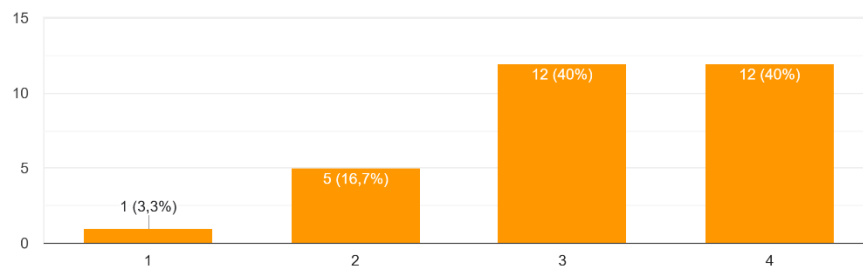
Saya merasa layanan baru yang dtambahkan brimo semakin mempermudah kebutuhan transaksi.  
30 jawaban



Inovasi layanan baru di brimo lebih unggul dibandingkan aplikasi perbankan lainnya.  
30 jawaban



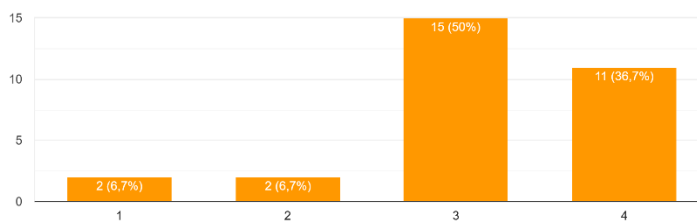
Layanan baru yang dihadirkan brimo sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah.  
30 jawaban



## Hasil pernyataan variabel kemudahan (X2)

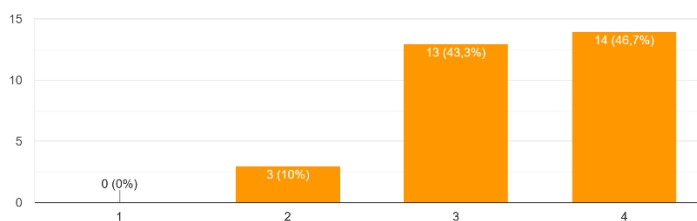
Menu dan fitur dalam brimo disusun dengan baik sehingga mudah dipelajari

30 jawaban



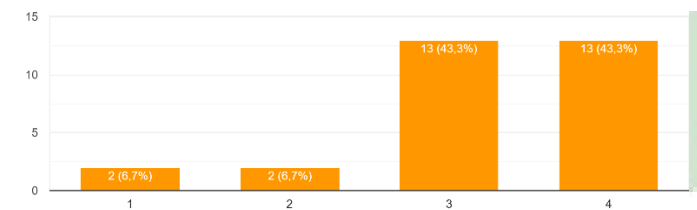
Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan brimo tanpa perlu banyak bantuan.

30 jawaban



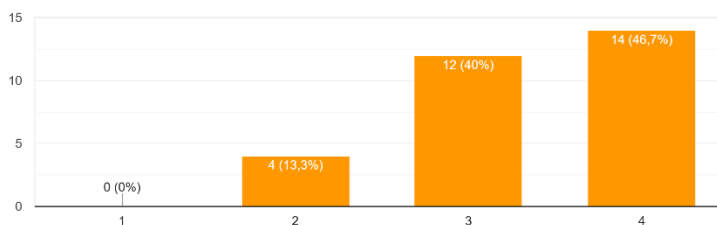
Saya tidak butuh waktu lama untuk memahami cara melakukan transaksi di brimo.

30 jawaban



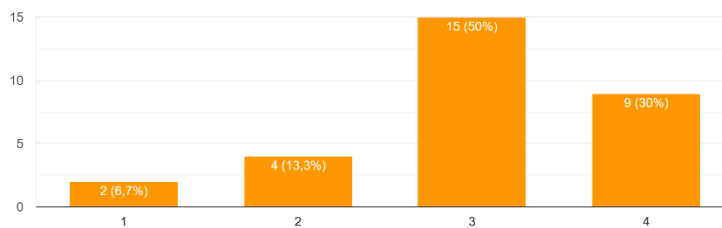
Brimo sangat praktis dan mudah digunakan untuk kebutuhan transaksi perbankan saya.

30 jawaban



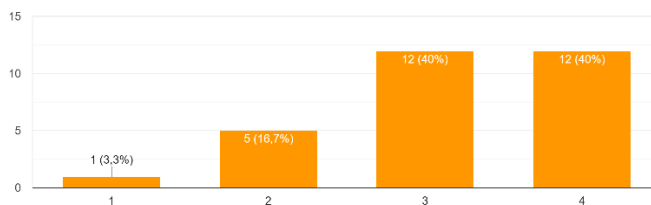
Brimo memungkinkan saya melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan.

30 jawaban



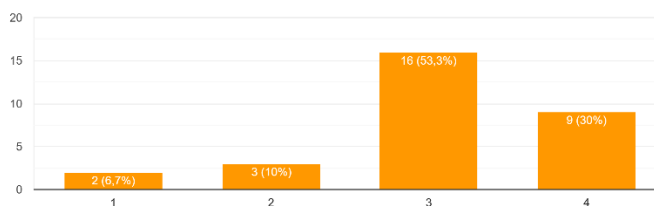
Pengalaman penggunaan brimo lebih mudah dibandingkan aplikasi perbankan lainnya yang pernah saya coba.

30 jawaban



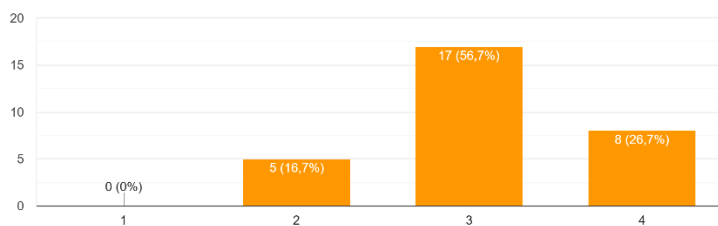
Petunjuk dan informasi dalam brimo disampaikan dengan jelas sehingga mudah dipahami.

30 jawaban



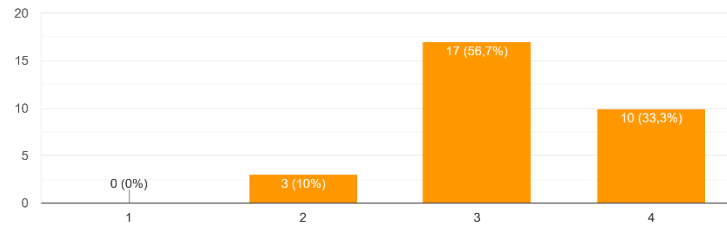
Istilah-istilah dalam aplikasi brimo saat menggunakan brimo untuk berbagai jenis transaksi.

30 jawaban



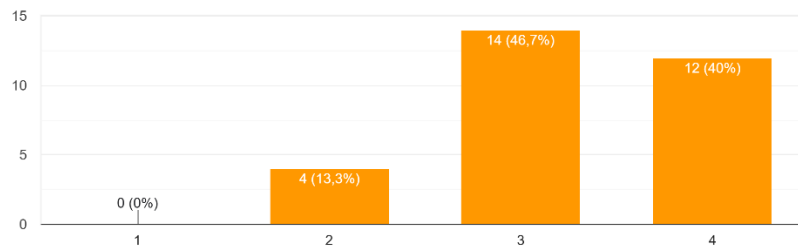
Saya dapat dengan mudah menemukan fitur yang saya perlukan di brimo

30 jawaban



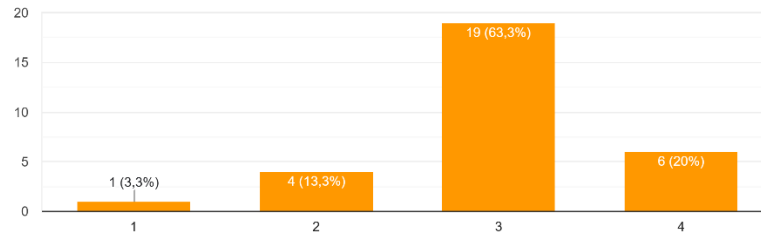
Saya dapat mengoperasikan brimo dengan lancar tanpa mengalami kendala berarti.

30 jawaban



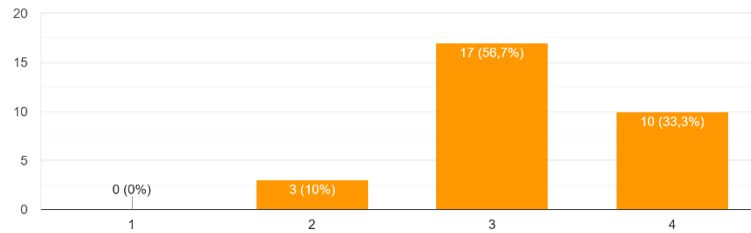
Saya jarang mengalami kesalahan saat mengoperasikan brimo untuk transaksi perbankan.

30 jawaban



Brimo dapat digunakan dengan baik tanpa perlu bantuan orang lain.

30 jawaban



## Lampiran 2

## Tingkat Capaian Responden

Variabel X1 (inovasi Fitur Aplikasi)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	6	20,0	20,0	23,3
	SETUJU	11	36,7	36,7	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	6	20,0	20,0	23,3
	SETUJU	11	36,7	36,7	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	20,0
	SETUJU	12	40,0	40,0	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0

	Total	30	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--

<b>X1.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	20,0
	SETUJU	12	40,0	40,0	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	16	53,3	53,3	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	16,7
	SETUJU	14	46,7	46,7	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	18	60,0	60,0	70,0
	SANGAT SETUJU	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	13,3
	SETUJU	18	60,0	60,0	73,3
	SANGAT SETUJU	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.9</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	13,3
	SETUJU	17	56,7	56,7	70,0
	SANGAT SETUJU	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.10</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	17	56,7	56,7	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.11</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	5	16,7	16,7	20,0
	SETUJU	12	40,0	40,0	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.12</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	16,7
	SETUJU	13	43,3	43,3	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

TOTALX2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	3,3	3,3	3,3
	24	2	6,7	6,7	10,0
	26	1	3,3	3,3	13,3
	34	1	3,3	3,3	16,7
	35	1	3,3	3,3	20,0
	36	7	23,3	23,3	43,3
	37	2	6,7	6,7	50,0
	38	1	3,3	3,3	53,3
	40	2	6,7	6,7	60,0
	41	1	3,3	3,3	63,3
	42	2	6,7	6,7	70,0
	43	1	3,3	3,3	73,3
	44	1	3,3	3,3	76,7
	45	1	3,3	3,3	80,0
	46	1	3,3	3,3	83,3
	47	1	3,3	3,3	86,7
	48	4	13,3	13,3	100,0
	Total		30	100,0	100,0

## Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

<b>X2.1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	13,3
	SETUJU	15	50,0	50,0	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	13	43,3	43,3	53,3
	SANGAT SETUJU	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	13,3
	SETUJU	13	43,3	43,3	56,7
	SANGAT SETUJU	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	13,3
	SETUJU	12	40,0	40,0	53,3
	SANGAT SETUJU	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	20,0
	SETUJU	15	50,0	50,0	70,0
	SANGAT SETUJU	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	5	16,7	16,7	20,0
	SETUJU	12	40,0	40,0	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	16,7
	SETUJU	16	53,3	53,3	70,0
	SANGAT SETUJU	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	5	16,7	16,7	16,7
	SETUJU	17	56,7	56,7	73,3
	SANGAT SETUJU	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.9</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	17	56,7	56,7	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.10</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	13,3
	SETUJU	14	46,7	46,7	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.11</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	16,7
	SETUJU	18	60,0	60,0	76,7
	SANGAT SETUJU	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X2.12</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	17	56,7	56,7	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>TOTALX2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	3,3	3,3	3,3
	24	2	6,7	6,7	10,0
	26	1	3,3	3,3	13,3
	34	1	3,3	3,3	16,7
	35	1	3,3	3,3	20,0
	36	7	23,3	23,3	43,3
	37	2	6,7	6,7	50,0
	38	1	3,3	3,3	53,3
	40	2	6,7	6,7	60,0
	41	1	3,3	3,3	63,3
	42	2	6,7	6,7	70,0
	43	1	3,3	3,3	73,3
	44	1	3,3	3,3	76,7
	45	1	3,3	3,3	80,0
	46	1	3,3	3,3	83,3
	47	1	3,3	3,3	86,7
	48	4	13,3	13,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I

## Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

<b>Y1</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	13,3
	SETUJU	12	40,0	40,0	53,3
	SANGAT SETUJU	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	13,3
	SETUJU	14	46,7	46,7	60,0
	SANGAT SETUJU	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	6,7
	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	16,7
	SETUJU	15	50,0	50,0	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	6	20,0	20,0	23,3
	SETUJU	12	40,0	40,0	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y5</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	7	23,3	23,3	26,7
	SETUJU	12	40,0	40,0	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>X1.6</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	4	13,3	13,3	16,7
	SETUJU	14	46,7	46,7	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y7</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	7	23,3	23,3	23,3
	SETUJU	13	43,3	43,3	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

<b>Y8</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	2	6,7	6,7	10,0
	SETUJU	16	53,3	53,3	63,3
	SANGAT SETUJU	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	3,3	3,3	3,3
	TIDAK SETUJU	3	10,0	10,0	13,3
	SETUJU	16	53,3	53,3	66,7
	SANGAT SETUJU	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

TOTALY					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	3,3	3,3	3,3
	16	1	3,3	3,3	6,7
	18	1	3,3	3,3	10,0
	19	1	3,3	3,3	13,3
	24	3	10,0	10,0	23,3
	25	1	3,3	3,3	26,7
	26	1	3,3	3,3	30,0
	27	3	10,0	10,0	40,0
	28	4	13,3	13,3	53,3
	29	1	3,3	3,3	56,7
	30	1	3,3	3,3	60,0
	31	1	3,3	3,3	63,3
	32	2	6,7	6,7	70,0
	33	2	6,7	6,7	76,7
	34	2	6,7	6,7	83,3
	36	5	16,7	16,7	100,0
	Total		30	100,0	100,0

## Kepuasan Nasabah (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	N	SKOR /TCR $\sum T \times SL$ atau = TCR	MEAN	IDX (%)	KATEGORI
		1	2	3	4					
Kesesuaian harapan										
1	Layanan yang diberikan oleh brimo sesuai dengan harapan saya.	2	2	12	14	30	98	3,27	81,7	BAIK
2	Fitur-fitur dalam brimo mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan.	1	3	14	12	30	97	3,23	80,8	BAIK
3	Saya merasa puas dengan kecepatan dan konsistensi layanan brimo.	2	3	15	10	30	93	3,10	77,5	CUKUP BAIK
minat berkunjung kembali										
4	saya akan terus menggunakan brimo karena merasa puas dengan layanannya sesuai kebutuhan saya.	1	6	12	11	30	93	3,10	77,5	CUKUP BAIK
5	saya lebih memilih brimo dibandingkan aplikasi perbankan lain karena kepuasan yang saya rasakan sesuai keutuhan saya inginkan.	1	7	12	10	30	91	3,03	75,8	CUKUP BAIK
6	Saya akan sering menggunakan brimo untuk transaksi karena layanan sesuai dengan kebutuhan saya perlukan.	1	4	14	11	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
kesediaan merkomendasi										

7	Saya akan merekomendasikan brimo kepada keluarga dan teman karena saya merasa puas dengan layanan yang tersedia.	0	7	13	10	30	93	3,10	77,5	CUKUP BAIK
8	Saya akan berbagi pengalaman positif saya dalam menggunakan brimo kepada orang lain.	1	2	16	11	30	97	3,23	80,8	BAIK
9	Saya merasa puas dengan brimo sehingga saya ingin mengajak lebih banyak orang untuk menggunakannya.	1	3	16	10	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
<b>RATA-RATA</b>							<b>95</b>		<b>79</b>	<b>CUKUP BAIK</b>
<b>JUMLAH</b>							<b>852</b>		<b>710,0</b>	<b>CUKUP BAIK</b>

## Inovasi (X1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	N	SKOR/TCR	MEAN	IDX (%)	KATEGORI
		1	2	3	4		$\sum T \times SL$ atau = TCR			
Perubahan desain										
1	Saya merasa desain tampilan brimo semakin modern dan menarik.	1	6	11	12	30	94	3,13	78,3	CUKUP BAIK
2	Perubahan desain pada brimo membuat navigasi aplikasi menjadi lebih mudah.	1	6	11	12	30	94	3,13	78,3	CUKUP BAIK
3	Tampilan terbaru brimo lebih user-friendly dibandingkan sebelumnya.	2	4	12	12	30	94	3,13	78,3	CUKUP BAIK
Inovasi Teknis										
4	Brimo semakin responsive dan cepat setelah adanya inovasi teknis.	1	5	15	9	30	92	3,07	76,7	CUKUP BAIK

5	Inovasi teknis yang dilakukan brimo membuat transaksi lebih aman dan nyaman.	0	3	16	11	30	98	3,27	81,7	BAIK
6	Sistem keamanan brimo terus diperbarui sehingga saya merasa lebih percaya saat bertransaksi.	1	4	14	11	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
pengembangan										
7	Brimo secara berkala menghadirkan fitur baru yang bermanfaat bagi pengguna.	0	3	18	9	30	96	3,20	80	BAIK
8	Pengembangan yang dilakukan brimo membantu saya dalam melakukan transaksi lebih efisien.	0	4	18	8	30	94	3,13	78,3	CUKUP BAIK
9	Brimo terus memperbarui fitur-fiturnya untuk meningkatkan pengalaman pengguna.	1	3	17	9	30	94	3,13	78,3	CUKUP BAIK
pengembangan layanan baru										
10	Saya merasa layanan baru yang dtambahkan brimo semakin mempermudah kebutuhan transaksi.	0	3	17	10	30	97	3,23	80,8	BAIK
11	Inovasi layanan baru di brimo lebih unggul dibandingkan aplikasi perbankan lainnya.	1	5	12	12	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
12	Layanan baru yang dihadirkan brimo sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan nasabah.	1	4	13	12	30	96	3,20	80	BAIK
<b>JUMLAH</b>							<b>1139</b>		<b>949,167</b>	
<b>RATA-RATA</b>							<b>95</b>		<b>79,1</b>	<b>CUKUP BAIK</b>

## Kemudahan (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS	N	SKOR/TCR $\sum T \times SL$ atau = TCR	MEAN	INDEX (%)	KATEGORI
		1	2	3	4					
Mudah di Pelajari										
1	Menu dan fitur dalam brimo disusun dengan baik sehingga mudah dipelajari	2	2	15	11	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
2	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan brimo tanpa perlu banyak bantuan.	0	3	13	14	30	101	3,37	84,2	BAIK
3	Saya tidak butuh waktu lama untuk memahami cara melakukan transaksi di brimo.	2	2	13	13	30	97	3,23	80,8	BAIK
Mudah digunakan										
4	Brimo sangat praktis dan mudah digunakan untuk kebutuhan transaksi perbankan saya.	0	4	12	14	30	100	3,33	83,3	BAIK
5	Brimo memungkinkan saya melakukan transaksi dengan cepat dan tanpa hambatan.	2	4	15	9	30	91	3,03	75,8	CUKUP BAIK
6	Pengalaman penggunaan brimo lebih mudah dibandingkan aplikasi perbankan lainnya yang pernah saya coba.	1	5	12	12	30	95	3,17	79,2	CUKUP BAIK
Jelas dan mudah dipahami										

7	Petunjuk dan informasi dalam brimo disampaikan dengan jelas sehingga mudah dipahami.	2	3	16	9	30	92	3,07	76,7	CUKUP BAIK
8	Istilah-istilah dalam aplikasi brimo saat menggunakan brimo untuk berbagai jenis transaksi.	0	5	17	8	30	93	3,10	77,5	CUKUP BAIK
9	Saya dapat dengan mudah menemukan fitur yang saya perlukan di brimo	0	3	17	10	30	97	3,23	80,8	BAIK
Mudah di operasikan										
10	Saya dapat mengoperasikan brimo dengan lancar tanpa mengalami kendala berarti.	0	4	14	12	30	98	3,27	81,7	BAIK
11	Saya jarang mengalami kesalahan saat mengoperasikan brimo untuk transaksi perbankan.	1	4	18	7	30	91	3,03	75,8	CUKUP BAIK
12	Brimo dapat digunakan dengan baik tanpa perlu bantuan orang lain.	0	3	17	10	30	97	3,23	80,8	BAIK
<b>RATA-RATA</b>							<b>95</b>		<b>79,46</b>	<b>CUKUP BAIK</b>
<b>JUMLAH</b>							<b>1147</b>		<b>955,8</b>	







## Lampiran 4

## Hasil uji coba instrument

## A. Uji validitas dan reliabilitas variabel X1

## 1. Uji validitas

Correlations														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,581**	,734**	,752**	,372*	,371*	,407*	,603**	,574**	,388*	0,256	,508**	,680**
	Sig. (2-tailed)		0,001	0,000	0,000	0,043	0,043	0,026	0,000	0,001	0,034	0,172	0,004	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,581**	1	,645**	,803**	,497**	,675**	,473**	,603**	,520**	,452*	,401*	,707**	,761**
	Sig. (2-tailed)	0,001		0,000	0,000	0,005	0,000	0,008	0,000	0,003	0,012	0,028	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,734**	,645**	1	,768**	,535**	,694**	,641**	,455*	,654**	,494**	,521**	,581**	,800**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,002	0,000	0,000	0,011	0,000	0,006	0,003	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,752**	,803**	,768**	1	,650**	,703**	,619**	,750**	,826**	,599**	,615**	,851**	,917**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,372*	,497**	,535**	,650**	1	,795**	,742**	,680**	,733**	,959**	,754**	,696**	,836**

	Sig. (2-tailed)	0,043	0,005	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,371*	,675**	,694**	,703**	,795**	1	,785**	,647**	,795**	,823**	,688**	,703**	,875**
	Sig. (2-tailed)	0,043	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,407*	,473**	,641**	,619**	,742**	,785**	1	,737**	,789**	,776**	,745**	,547**	,823**
	Sig. (2-tailed)	0,026	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,603**	,603**	,455**	,750**	,680**	,647**	,737**	1	,786**	,707**	,548**	,695**	,820**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,011	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,002	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,574**	,520**	,654**	,826**	,733**	,795**	,789**	,786**	1	,759**	,755**	,774**	,903**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	,388*	,452*	,494**	,599**	,959**	,823**	,776**	,707**	,759**	1	,716**	,657**	,825**
	Sig. (2-tailed)	0,034	0,012	0,006	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	0,256	,401*	,521**	,615**	,754**	,688**	,745**	,548**	,755**	,716**	1	,668**	,769**
	Sig. (2-tailed)	0,172	0,028	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000		0,000	0,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	,508**	,707**	,581**	,851**	,696**	,703**	,547**	,695**	,774**	,657**	,668**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,680**	,761**	,800**	,917**	,836**	,875**	,823**	,820**	,903**	,825**	,769**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

## 2. Uji reliabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,953	12





X2.11	Pearson Correlation	,739*	,692*	,770*	,517*	,732*	,624*	,866*	,791*	,749*	,745*	1	,672*	,865**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	,716*	,777*	,729*	,749*	,633*	,716*	,701*	,774*	,824*	,807*	,672*	1	,875**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,843*	,813*	,885*	,740*	,859*	,849*	,913*	,834*	,882*	,928*	,865*	,875*	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).														
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).														

2. Uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,966	12

## C. Uji validitas dan reliabilitas (Y)

## 1. Uji validitas y

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,879**	,902**	,808**	,595**	,758**	,534**	,716**	,727**	,910**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,879**	1	,860**	,754**	,564**	,675**	,429*	,573**	,647**	,840**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,001	0,000	0,018	0,001	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,902**	,860**	1	,855**	,619**	,760**	,522**	,690**	,793**	,920**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,808**	,754**	,855**	1	,715**	,872**	,629**	,578**	,738**	,914**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,595**	,564**	,619**	,715**	1	,715**	,636**	,544**	,480**	,772**

	Sig. (2-tailed)	0,001	0,001	0,000	0,000		0,000	0,000	0,002	0,007	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	,758**	,675**	,760**	,872**	,715**	1	,597**	,718**	,717**	,891**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	,534**	,429*	,522**	,629**	,636**	,597**	1	,581**	,639**	,725**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,018	0,003	0,000	0,000	0,000		0,001	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	,716**	,573**	,690**	,578**	,544**	,718**	,581**	1	,814**	,807**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,001	0,002	0,000	0,001		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	,727**	,647**	,793**	,738**	,480**	,717**	,639**	,814**	1	,853**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,007	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,910**	,840**	,920**	,914**	,772**	,891**	,725**	,807**	,853**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji reliabilitas y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,951	9



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

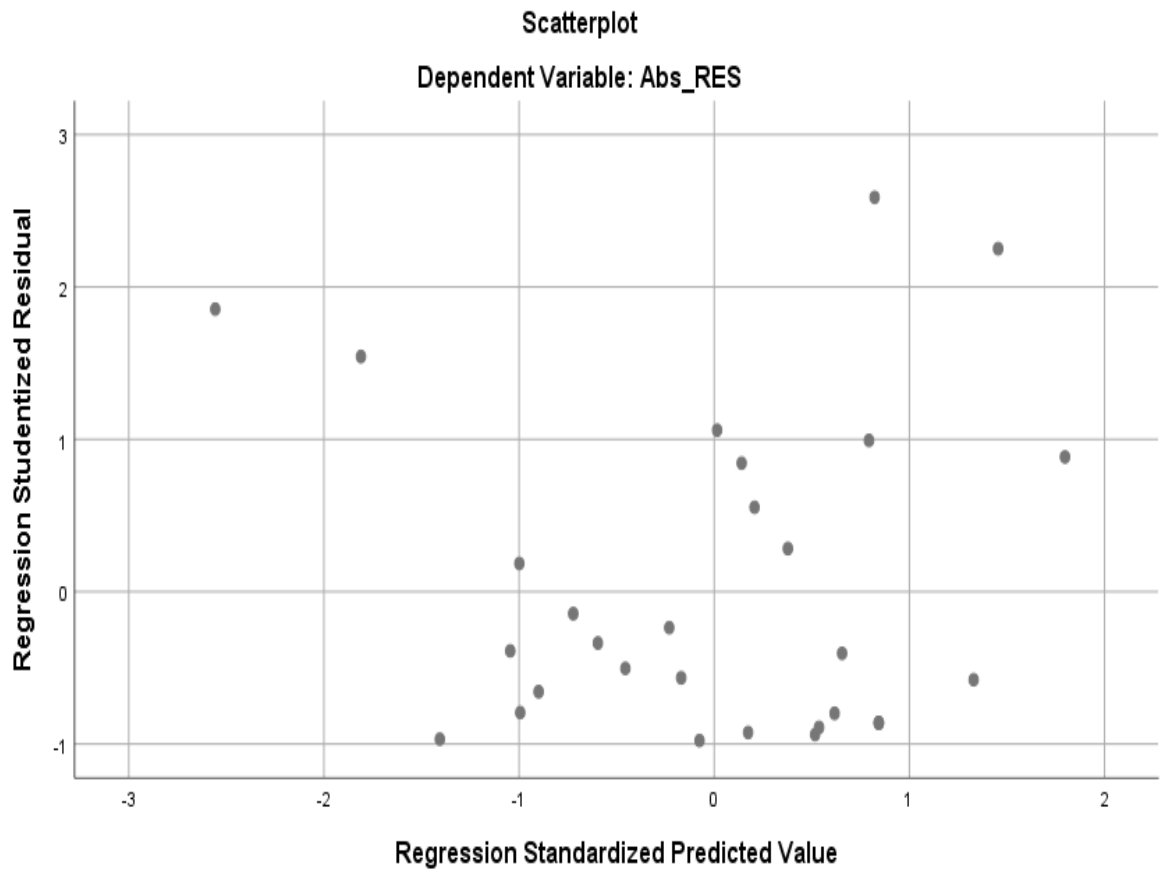
## Lampiran 5

## Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,62487370
Most Extreme Differences	Absolute	,153
	Positive	,106
	Negative	-,153
Test Statistic		,153
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
		1. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6

Uji heteroskedastis



**Lampiran 7**

**Uji multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,315	2,683		,117	,907		
	inovasi	,151	,144	,185	1,053	,301	,224	4,460
	kemudahan	,583	,140	,734	4,179	,000	,224	4,460
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah								



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

## Lampiran 8

### Hasil uji regresi linear berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,315	2,683		,117	,907
	INOVASI	,151	,144	,185	1,053	,301
	KEMUDAHAN	,583	,140	,734	4,179	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH



## Lampiran 9

### Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,315	2,683		0,117	0,907
	INOVASI	0,151	0,144	0,185	1,053	0,301
	KEMUDAHAN	0,583	0,140	0,734	4,179	0,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH



## Lampiran 10

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	869,158	2	434,579	58,724	,000 <sup>b</sup>
	Residual	199,809	28	7,400		
	Total	1068,967	29			
a. Dependent Variable: kepuasan nasabah						
b. Predictors: (Constant), kemudahan, inovasi						



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
KERINCI

## Lampiran 11

### Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,902 <sup>a</sup>	,813	,799	2,720
a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, INOVASI				



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
K E R I N C I

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : **Muhammad Hazlin**  
Nim : 2110401032  
Tempat, Tanggal Lahir : Kayu Aro Ambai, 06 Juni 2003  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Alamat : Kayu Aro Ambai, Rt.01, Kecamatan Tanah  
Cogok, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Nama Orang Tua :  
Ayah : Khudmi  
Ibu : Nilawati

Jenjang Pendidikan :

No	Pendidikan	Tempat	Tahun Tamat
1	SDN 163/III KAYU ARO AMBAI	Kayu Aro Ambai	2009-2015
2	MTSN 3 KERINCI	Semerah	2015 - 2018
3	SMAN 11 KERINCI	Ujung Pasir	2018 - 2021
4	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI	Sungai Penuh	2021- Sekarang

Sungai penuh, Mei 2025

Penulis

**MUHAMMAD HAZLIN**  
**NIM.2110401032**



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
**K E R I N C I**