Jurnal Simki Economic, Volume 8 Issue 2, 2025, Pages 475-482
Available online at: https://jiped.org/index.php/JSE
ISSN (Online) 2599-0748

Analisis *Service Quality* dan Penggunaan BRI *Mobile* terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Kantor Cabang Blitar

Setyoadi Pambudi[1*], Samlatul Izzah[2], Rizky Aida Fitri[3]
adipambudi547@gmail.com[1*], samlatul.izzah@gmail.com[2],
rzkyaida2612@gmail.com[3]
[1,2,3]Program Studi Perbankan Syariah
[1,2,3]Universitas Nahdlatul Ulama Blitar

Received: 27 05 2024. Revised: 17 04 2025. Accepted: 20 06 2025.

Abstract : This research process aims to determine how strong the influence of service quality on customer loyalty of Bank BRI KC Blitar. The impact of using BRI Mobile on customer loyalty at BRI KC Blitar. How strong is the influence of service quality and the use of mobile banking on customer loyalty of BRI KC Blitar. The research approach uses quantitative research, for data analysis cross-sectional data and multiple linear regression analysis models are used to calculate the results of the questionnaire using a Likert scale. Based on the results of data analysis conducted by the researcher, it can be concluded that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. When viewed from the value of the importance of the service quality variable, the t table is 0.000 <0.05, namely 3.684> 1.65, then Ho is rejected and H1 is accepted. The use of mobile banking has a positive and significant effect on customer loyalty. It can be measured by the significance value of the satisfaction variable of 0.009 t table or 2.640 (1%) <1.65. H0 is rejected and H2 is accepted. Service quality and the use of BRI Mobile have a positive and significant effect simultaneously on customer loyalty. Judging from the significance value of 0.000 <0.05 and obtained the calculated F value> F table which is 13.210> 3.05. This indicates that H0 is rejected and H3 is accepted.

Keywords : Quality Service, BRImo, Customer Loyalty.

Abstrak : Proses penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah Bank BRI KC Blitar. Dampak dari penggunaan BRI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah di BRI KC Blitar. Seberapa kuat pengaruh *service quality* dan penggunaan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah BRI KC Blitar. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, untuk analisis data digunakan data *cross sectional* dan model analisis regresi linier berganda untuk menghitung hasil kuesioner dengan menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bila dilihat dari nilai kepentingan variabel *service quality* diperoleh t tabel 0,000 < 0,05 yaitu 3,684 > 1,65, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan tehadap loyalitas nasabah. Dapat diukur dengan nilai signifikansi variabel kepuasan sebesar 0,009 t tabel atau 2,640 (1%) <

How to cite: Pambudi, S., Izzah, S., & Fitri, R. A. (2025). Analisis *Service Quality* dan Penggunaan BRI *Mobile* terhadap Loyalitas Nasabah di BRI Kantor Cabang Blitar. *Jurnal Simki Economic*, 8 (2), 475-482.

1,65. H0 di tolak dan H2 diterima. *Service quality* dan penggunaan BRI *Mobile* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Dilihat dari nilai siginifikansi 0,000 < 0,05 dan diperoleh nilai F hitung > F tabel yaitu 13,210 > 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Kata Kunci : *Quality Service*, BRImo, Loyalitas Nasabah.

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, perekonomian Bangsa Indonesia mengalami fluktuasi yang cukup menekan lini ekonomi baik secara nasional maupun internasional. Pelaku bisnis harus memiliki daya saing yang kompetitif untuk bisa bersaing dengan pelaku bisnis lainya. Setiap perusahaan yang mempunyai usaha di bidang lembaga keuangan secara khususnya dunia perbankan harus mempunyai berbagai strategi yang tersendiri untuk menarik lebih banyak nasabah agar menggunakan jasanya. Untuk memenangkan persaingan yang ketat di dunia perbankan, bank dapat berusaha meningkatkan *services quality* serta usaha yang ditawarkan mendapat nilai tawar yang memuaskan nasabah. Bila di lihat dari sisi *services quality* merupakan salah satu dari jasa perbankan dan salah satu pertimbangan terhadap kesuksesan dari perusahaan perbankan secara komprehensif (Ariani, 2009). Peranan dari *services quality* sangat diperlukan dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan bank BRI di KC Blitar. Adapun peningkatan pelayanan yang berbasis *digital banking* seperti *mobile banking* merupakan kemampuan pelayanan *digital perbankan* yang mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi dengan mudah (Sudirman & Suasana, 2018).

Melihat kebutuhan yang serba digital saat ini, maka perbankan harus meluncurkan fasilitas transaksi *mobile banking* melalui *smart-phone*. BRI adalah salah perbankan yang sudah menerapkan *mobile banking* dalam lini bisnisnya. Menurut Hariansah (2019) Menyatakan bahwa dalam proses peningkatkan *Quality Service* bank terhadap nasabahnya, maka bank BRI memunculkan BRI Mobile sebagai kekuatan utama saat ini. Aplikasi BRI Mobile mampu memudahkan berbagai layanan baik tabungan maupun pembayaran. Berbagai akses Kemudahan yang diterima oleh nasabah diharapkan dapat menumbuhkan kesetiaan nasabah dalam penggunaan produk dari Bank BRI. Sigit dan Soliha (2017) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan salah kesetiaan nasabah dalam menggunakan jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk kembali menggunakan jasa dari perusahaan yang sudah diakuinya sebagai perusahaan yang bagus. Hal ini dikarenakan komitmen dari pembeli terhadap suatu produk sangat mempengaruhi seberapa besar loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Services Quality salah satu kunci utama dalam hal pelayanan terhadap kepuasan

nasabah pada Bank BRI. Adanya pelayanan prima, akan membuat nasabah merasa aman dan nyaman menjadi bagian dari keluarga perusahaan baik sebagai nasabah maupun sebagai investor. *Services Quality* merupakan komponen penting yang harus di miliki oleh perusahaan jasa keuangan terutama Bank BRI untuk menggaet nasabah (Huda & Wahyuni, 2012). Melihat pada latar belakang diatas, maka tema penelitian ini adalah Analisis Pengaruh *Quality Service* dan Penggunaan BRI *Mobile* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BRI Kantor Cabang Blitar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *Quantitative Research* dengan pendekatan *descriptive and explanation*. Menurut (Creswell, 2015) metode *Quantitative Research* merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur data secara terstruktur melalui angket atau kuesioner. Dinyatakan *descriptive* karena ingin mengartikan dan menjelaskan keadaan setiap variabel penelitian yaitu *Quality Service* (X1), Penggunaan BRI *Mobile* (X2), Loyalitas Nasabah (Y). Sedangkan diartikan *explanation* dikarenakan penelitian ini juga ingin menjelaskan, menggambarkan dan menginformasikan besarnya pengaruh langsung terhadap variabel *Quality Service* (X1), Penggunaan BRI *Mobile* (X2), Loyalitas Nasabah (Y). Dengan subjek penelitian nasabah Bank BRI Kantor Cabang Blitar. Lokasi dalam Penelitian ini bertempat di BRI KC Blitar. Populasi yang bisa dipakai dalam *reserach* ini sebanyak 2.242 nasabah Bank BRI, serta tehnik pengumpulan data dalam *reserach* ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan teori dari Naresh K Maholtra dengan rumus n = 5 x jumlah item pertanyaan (n = 5 x 36 = 180) jadi sampel yang dipakai dalam *reserach* ada 180 dengan metode analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank Rakyat Indonesia Tbk. merupakan satu diantara bank pelat merah yang saham mayoritasnya milik negara Indonesia. Saat awal berdirinya Bank Rakyat Indonesia di daerah Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei A dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*, lembaga keuangan yang melayani masyarakat pribumi. Sedangkan BRI KC Blitar terletak di Jl. A Yani No. 2, Kota Blitar. Pada bank BRI KC Blitar ini mampu melayani pembukaan *internet banking*, aktivasi *mobile banking*, sms *banking* dan *m-banking*. Pada penelitian ini menggunakan Uji validitas untuk mengukur kevalidan suatu data yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Uji Validitas *Quality Service*

No. Item	Signifikansi	Ket
I	0.01	Valid
II	0.00	Valid
III	0.03	Valid
IV	0.02	Valid
V	0.00	Valid
VI	0.00	Valid
VII	0.00	Valid
VIII	0.00	Valid
IX	0.02	Valid
X	0.00	Valid
XI	0.00	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwasanya nilai dari signifikasinya masing - masing item < 0,05. bisa disimpulkan bahwasanya setiap item pertanyaan yang mendukung penelitian ini adalah valid.

Tabel 2. Uji Validitas BRI *Mobile*

No. Item	Signifikansi	Ket
I	0.00	Valid
II	0.00	Valid
III	0.00	Valid
IV	0.00	Valid
V	0.02	Valid
VI	0.00	Valid
VII	0.00	Valid
VIII	0.00	Valid
IX	0.00	Valid
X	0.00	Valid
XI	0.00	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwasanya nilai signifikasinya masing-masing item < 0,05. bisa disimpulkan bahwasanya setiap item pertanyaan yang mendukung penelitian ini adalah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Loyalitas Nasabah

No. Item	Signifikansi	Ket
I	0.00	Valid
II	0.02	Valid
III	0.00	Valid
IV	0.00	Valid
V	0.02	Valid
VI	0.00	Valid
VII	0.03	Valid
VIII	0.00	Valid
IX	0.00	Valid

X	0.00	Valid
XI	0.01	Valid
XII	0.00	Valid
XIII	0.00	Valid
XIV	0.00	Valid

Tabel di atas bisa disimpulkan bahwasanya nilai dari signifikasi dari tiap item < 0,05. bisa disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan yang mendukung penelitian ini adalah valid. Sedangkan ujiI reliabilitas digunakan untuk menjawab responden terhadap pernyataan yang diberikan oleh peneliti. SPSS memberikan berbagai fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), dengan *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4. *Quality Service*

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	**N of Item**
0.757	12

Dari segi *Quality Service*, tingkat signifikasi koefisien alpha sebesar 0.757 yang berarti bisa dikesimpulkan bahwasanya kuesioner pengujian *Service Quality* dinilai reliabel, karena nilai *Chronbach's Alpha* = 0.757

Tabel 5. BRI *Mobile*

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	**N of Item**
0.764	12

Dari segi BRI *Mobile*, tingkat signifikasi koefisien alpha sebesar 0.764 yang berarti bisa dikesimpulkan bahwasanya kuesioner pengujian *Service Quality* dinilai reliabel, karena nilai *Chronbach's Alpha* = 0.764.

Tabel 6. Loyalitas Nasabah

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	**N of Item**
0.763	15

Dari segi Loyalitas nasabah, tingkat signifikasi koefisien alpha sebesar 0.763 yang berarti bisa dikesimpulkan bahwasanya kuesioner *Service Quality* dinilai reliabel, karena nilai *Chronbach's Alpha* = 0.763. Uji Normalitas untuk mengetahui data yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak.. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov Smirnov*. hasil Uji Normalitas sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Normalitas

	Unstandarized Residual	**Kesimpulan**

N	180	Normal
Asymp. Sig (2-Tailed)	0.534	

Berdasarkan uji di atas nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,534 > 0,05 maka asumsi normalitas terpenuhi. Oleh karena itu, uji signifikansi ini bebas dari gangguan. Sehingga dapat diasumsikan data terdistribusi normal. Adapun uji Multikolinearitas untuk menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel bebas yang lainya. Adapun dalam penelitian dapat dibuktikan sebagai berikut.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Independen	Tolerance	VIF	Dependen	Kesimpulan
Quality Service	0.947	1,059	Loyalitas Nasabah	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dikesimpulkan bahwasanya model regresi yang bisa dipakai dalam penelitian harus menunjukkan nilai VIF < 10, maka penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan Uji Heteroskesdastisitas untuk menguji model regresi terjadi karena ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. adapaun hasilnya sebagai berikut.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.533	3.016		.840	.402
Quality Service	.082	.053	.116	1.533	.127
BRI *Mobile*	-.041	.059	-.053	-.697	.487

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai dari signifikasi untuk variabel *service quality* (X_1) sebesar 0.127 serta variabel fasilitas (X_2) sebesar 0.487 Nilai signifikasi dari kedua variabel tersebut > 0,05. Artinya, tidak terjadi kasus heteroskedastisitas. Pada *reserach* ini menggunakan tehnik analisis regresi berganda, dalam analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh *Quality Service* dan BRI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah BRI KC Blitar. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	*Unstandarized Coefficients*		*Standarized Coefficients*	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	25.878	4.977		5.200	0.000
X_1 *Quality Service*	0.338	0.092	0.265	3.684	0.000
X_2 BRI *Mobile*	0.261	0.099	0.190	2.640	0.009

Berdasarkan hasil pengujian di atas, tentang *Service Quality* dapat digambarkan sebagai berikut dengan tingkat kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Blitar.

Quality Service yang tinggi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai dari signifikansi variabel *Service Quality* sebesar 0,000, sedangkan tingkat signifikansi diperoleh sebesar 0,05 (5%) dan nilai t hitung (3,684) > t tabel (1,65), maka Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah pada BRI KC Blitar. Hasil ini mendukung penelitian Dewi dkk, Susanto dan subagja (2019) menemukan bahwa semakin tinggi *Service Quality* maka semakin besar pula kepercayaan konsumen terhadap Perusahaan. Sedangkan penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa hasilnya postif, karena taraf signifikansinya adalah 0,05 (5%) dan nilai t hitung (2,640) > t tabel (1,65) memberikan nilai signifikansi sebesar 0,009. Dimana terdapat pengaruh antara penggunaan BRI mobile terhadap loyalitas nasabah terhadap Bank BRI KC Blitar.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Hariansah dkk, (2019); Wulan Pinontoan (2013) menemukan bahwa penggunaan mobile banking BRI berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah. *Service Quality* dan penggunaan mobile banking berpengaruh postif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,000 > f tabel (3,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh postif dan signifikan antara *Service Quality* dan penggunaan mobile banking terhadap loyalitas nasabah BRI secara simultan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh dewi dkk, (2023) fajar dkk, (2019); wulan pinontoan (2013) menemukan bahwa *Service Quality* dan penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *Service Quality* dan penggunaan BRI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah BRI Kantor Cabang Blitar dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *Service Quality* dan Penggunaan BRI *Mobile* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BRI Kantor Cabang Blitar. Hal ini dibuktikan dari semua pengujian yang menunjukkan terpenuhinya semua hasil pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.

DAFTAR RUJUKAN

Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Arikunto. 2010. *Manajemen Penelitian.* Jakarta: PT. Rieneka Citra.

Creswell, J. W. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. In *Mycological Research* (Vol. 94, Nomor 4).

Hariansah, F. A., Wardani, N. H., & Herlambang, A. D. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon*. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 3(5), 4267-4275. https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5177

Huda, A. N., & Wahyuni, S. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta*. *Business & Management Review*, 2(2), 243–254. https://journal.bakrie.ac.id/index.php/journal_BMR/article/view/365

Pinontoan, Wulan. 2013. *Pengaruh E-Banking, Quality Service, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. Jurnal EMBA, 1(4), 192-201. https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2012.2650

Sigit, K. N., & Soliha, E. 2017. *Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 157–168. https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236

Sudirman, I Made Stevana Adi Santika dan Igakg Suasana. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar*. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, 1(4), 473-488. https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52

Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Kepuasan *Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza*. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(1), 69-84. http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249.