

## RINGKASAN

Salah satu Bank konvensional di Indonesia yang telah menciptakan inovasi *digital banking* yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRI). Salah satu inovasi digital Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah aplikasi BRImo. BRImo adalah Aplikasi Keuangan Digital Bank Rakyat Indonesia (BRI) berbasis data internet yang memberikan kemudahan bagi nasabah maupun non nasabah BRI untuk dapat bertransaksi. Namun berdasarkan penilaian pengguna aplikasi *mobile banking* BRI, terdapat keluhan pengguna terkait kualitas aplikasi *mobile banking* seperti kendala login, perbaikan sistem serta kendala *update* pada *IOS*. Dari permasalahan diatas dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-User Satisfaction*.

Menurut Tjiptono, 2016 *E-Service Quality* merupakan suatu penilaian atau evaluasi secara keseluruhan dari keunggulan sebuah pelayanan secara elektronik di pasar virtual. Satu faktor kepuasan pelanggan yaitu adanya kualitas suatu pelayanan atau produk yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk kepada pengguna. Kepuasan pelanggan atau pengguna dapat diperoleh dengan menciptakan pelayanan yang baik karena merupakan kunci utama untuk mengukur kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan. Anderson dan Srinivasan (2013) menyatakan bahwa kepuasan online atau yang biasa disebut dengan *E-User Satisfaction* adalah sebuah penilaian oleh customer dalam setiap bertransaksi secara online. *E-User Satisfaction* dianggap sebagai pemenuhan kebutuhan *customer* terhadap perasaan senang yang dikumpulkan selama beberapa pengalaman transaksi dengan media online.

Sampel pada penelitian ini terdiri dari 100 responden sebagai pengguna *Mobile Banking* BRI (BRImo) di Kabupaten Banyumas. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Kuesioner disebarkan menggunakan *google form*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjawab hipotesis apakah variabel *E-Service Quality* (X) berpengaruh terhadap variabel *E-User Satisfaction*(Y). Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan teknik analisis Regresi Ordinal. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak bernama *IBM Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) version 29.

Hasil penelitian menunjukkan model regresi antara variabel *E-Service Quality* (X) dan *E-User Satisfaction* (Y) adalah Fit atau bersesuaian, dimana diperoleh koefisien regresi sebesar 10.015 pada taraf sig. sebesar 0,0001 hal ini berarti bahwa variabel *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif signifikan terhadap *E-User Satisfaction*(Y), artinya setiap kenaikan 1 unit sebesar 10.015 pada variabel *E-User Satisfaction*(Y) maka akan diikuti dengan kenaikan yang sama pada *E-Service Quality* (X).

**Kata Kunci : E-Service Quality, E-User Satisfaction, Mobile Banking.**

## SUMMARY

*One of the conventional banks in Indonesia that has created digital banking innovation is Bank Rakyat Indonesia (BRI). One of Bank Rakyat Indonesia's (BRI) digital innovations is the BRImo application. BRImo is a Bank Rakyat Indonesia (BRI) Digital Financial Application based on internet data which makes it easy for BRI customers and non-customers to make transactions. However, based on user assessments of the BRI mobile banking application, there are user complaints regarding the quality of the mobile banking application, such as login problems, system improvements and problems updating the IOS. Based on the problems above, research was carried out to determine the effect of E-Service Quality on E-User Satisfaction.*

*According to Tjiptono, 2016 E-Service Quality is an overall assessment or evaluation of the superiority of an electronic service in the virtual market. One factor in customer satisfaction is the quality of a service or product provided by the service or product provider to the user. Customer or user satisfaction can be obtained by creating good service because it is the main key to measuring customer satisfaction with the services provided. Anderson and Srinivasan (2013) stated that online satisfaction or what is usually called E-User Satisfaction is an assessment by customers in every online transaction. E-User Satisfaction is considered as fulfilling customer needs for feelings of pleasure gathered during several transaction experiences with online media*

*The sample in this study consisted of 100 respondents as BRI Mobile Banking (BRImo) users in Banyumas Regency. The sampling method used in this research was accidental sampling. The questionnaire was distributed using Google Form. This research uses a quantitative approach to answer the hypothesis whether the E-Service Quality variable (X) influences the E-User Satisfaction variable (Y). To test this hypothesis, the Ordinal Regression analysis technique was used. The data collected was analyzed using software called IBM Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 29.*

*The results of the research show that the regression model between the variables E-Service Quality (X) and E-User Satisfaction (Y) is fit, where a regression coefficient of 10.015 is obtained at the sig level. of 0.0001, this means that the E-Service Quality (X) variable has a significant positive effect on E-User Satisfaction (Y), meaning that every 1 unit increase of 10,015 in the E-User Satisfaction (Y) variable will be followed by an increase of 0.0001. the same for E-Service Quality (X).*

**Keywords: E-Service Quality, E-User Satisfaction, Mobile Banking.**