

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara masyarakat melakukan aktivitas perbankan. Di Indonesia, penggunaan mobile banking meningkat pesat sebagai bagian dari transformasi digital sektor keuangan. Menurut Bank Indonesia, (2024) nilai transaksi mobile banking secara nasional tumbuh secara konsisten seiring meningkatnya adopsi layanan digital oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa mobile banking bukan lagi sekadar fitur tambahan bank, tetapi kini telah menjadi layanan utama yang menentukan kualitas pengalaman nasabah dalam bertransaksi.

Digitalisasi layanan perbankan juga mengubah persepsi dan ekspektasi nasabah terhadap kualitas layanan. Otoritas Jasa Keuangan, (2023) menyebutkan bahwa nasabah kini menilai kualitas bank bukan hanya dari pelayanan tatap muka di kantor cabang, tetapi dari performa aplikasi mobile banking seperti keamanan, kecepatan, kemudahan penggunaan, dan keandalan. Pergeseran ini menyebabkan bank-bank besar bersaing dalam memperbaiki kualitas aplikasi mobile banking mereka, termasuk Bank Mandiri, BCA, BRI, dan BNI. Dalam konteks kepuasan nasabah, layanan mobile banking memiliki peran penting. Katadata, (2023) melaporkan bahwa tingkat kepuasan aplikasi mobile banking tidak merata di seluruh bank. BCA Mobile dan BRImo menduduki tingkat kepuasan tertinggi, sementara Livin' by Mandiri berada pada posisi menengah. Temuan ini menunjukkan adanya gap kualitas layanan yang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam aspek pengalaman pengguna yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan layanan digital perbankan.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan layanan digital perbankan. Puspitasari & Nuryani, (2026), kepuasan nasabah mobile banking terbentuk dari persepsi terhadap kualitas layanan aplikasi, termasuk kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, dan keandalan sistem. Ketika aplikasi tidak mampu memberikan pengalaman yang baik, maka nasabah cenderung mengalami ketidakpuasan dan dapat berpindah ke layanan bank lain.

Dalam konteks mobile banking, faktor kemudahan penggunaan sangat menentukan kepuasan. Davis (1989) dalam Nuryati, (2026) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan keyakinan bahwa teknologi dapat digunakan tanpa kesulitan berarti. Jika aplikasi dirasa rumit, sering error, atau tidak intuitif, nasabah akan merasa tidak nyaman dan berpengaruh pada kepuasan. Hal yang sama juga berlaku untuk faktor kepercayaan, yang menurut Purnama, (2024), merupakan unsur krusial dalam penggunaan layanan digital yang melibatkan data dan transaksi keuangan. Meskipun pengguna Livin' by Mandiri terus meningkat, keluhan tetap muncul di berbagai media sosial dan ulasan aplikasi. Keluhan yang sering disampaikan berkaitan dengan error login, transaksi pending, fitur yang sulit ditemukan, atau proses verifikasi yang lambat. Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa terdapat aspek layanan yang perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Gambar 1. Data pengguna super app perbankan



Sumber : (ANTARA News, 2023)

Transaksi digital banking di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, menandakan pergeseran kuat dari transaksi tatap muka ke kanal digital. Pertumbuhan volume dan nilai transaksi ini menegaskan pentingnya kualitas aplikasi mobile banking sebagai kanal utama layanan perbankan. Survei Katadata Insight Center (KIC) dan survei-serupa menemukan bahwa beberapa aplikasi mobile banking besar mendominasi penggunaan nasabah Indonesia. Dalam survei Katadata, (2023), BCA Mobile, BRIMO, dan Livin' by Mandiri termasuk di antara aplikasi yang paling banyak dipakai/diakses oleh responden; Livin tercatat memiliki tingkat penggunaan/popularitas yang kuat namun berada sedikit di bawah BCA dalam beberapa metrik penggunaan. Temuan seperti ini menunjukkan bahwa meski Livin sudah banyak diunduh dan dipakai, persaingan kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) tetap ketat antar bank besar.

Secara khusus, Bank Mandiri melalui aplikasi Livin' by Mandiri mencatat peningkatan pengguna aktif yang signifikan. Berdasarkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, (2024), hingga akhir tahun 2024 aplikasi Livin' by Mandiri telah memiliki lebih dari 29 juta pengguna terdaftar serta mengelola lebih dari 3,88 miliar transaksi sepanjang tahun. Meskipun demikian, berdasarkan (Frontier Research, 2024), Livin' by Mandiri memperoleh skor 17,3%, masih berada di bawah BCA Mobile yang memperoleh skor 27,5%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengguna Livin' by Mandiri terus meningkat, masih terdapat peluang untuk meningkatkan persepsi merek dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi.

Tabel 1. Data peningkatan pengguna Mbanking Livin Mandiri di Indonesia (2022-2024)

Tahun	Aplikasi	Jumlah Pengguna (Juta)	Pertumbuhan (%)
2022	Livin By Mandiri	13,6	-
2023	Livin By Mandiri	17,5	28,6 %
2024	Livin By Mandiri	29,3	67,4 %

Sumber: (PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, 2024)

Meskipun Livin' by Mandiri telah menjadi salah satu aplikasi mobile banking dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, berbagai keluhan pengguna masih banyak ditemukan. Berdasarkan analisis terhadap 100 ulasan pengguna Livin' by Mandiri yang diperoleh melalui *Google Play Store* pada tahun 2026, diketahui bahwa keluhan yang paling dominan adalah aplikasi mengalami error, force close, gagal login, atau tidak dapat diakses sebanyak 48% dari total ulasan. Selain itu, terdapat 23% keluhan terkait gangguan transaksi, seperti transfer gagal, QRIS tidak dapat digunakan, top up dompet digital yang gagal, hingga transaksi yang tertunda. Pengguna juga mengeluhkan bug setelah pembaruan aplikasi sebesar 13%, performa aplikasi yang lambat sebesar 8%, serta masalah sinkronisasi waktu perangkat yang menyebabkan transaksi tidak dapat diproses sebesar 7%. Di samping itu, sebagian pengguna turut menyampaikan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan pelanggan karena dinilai kurang responsif dan belum mampu memberikan solusi yang efektif ketika terjadi kendala pada aplikasi.

Berbagai keluhan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan pada kualitas layanan digital Livin' by Mandiri yang berpotensi memengaruhi pengalaman penggunaan aplikasi. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pengguna merasa aplikasi kurang mudah digunakan, kurang andal dalam mendukung aktivitas transaksi, serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Apabila kondisi ini berlangsung secara berkelanjutan, maka kepuasan nasabah sebagai pengguna aplikasi Livin' by Mandiri berpotensi mengalami penurunan. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui apakah kemudahan penggunaan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang.

Tabel 2. Data Rating M-Banking

NO	Aplikasi M-Banking	Rating	Ulasan
1	SeaBank	4,8	3 Juta+
2	Wondr by BNI	4,8	1 Juta+
3	UOB TMRW	4,8	79 Ribu+
4	Bank Jago	4,7	260 Ribu+
5	Neobank	4,7	350 Ribu+
6	BRI Mo	4,6	2 Juta+
7	Octo Mobile	4,5	353 Ribu+
8	Db's digibank	4,3	95 Ribu+
9	Livin by Mandiri	4,2	717 Ribu+
10	Allo Bank	4,1	66 Ribu+
11	BCA Mobile	4,0	1 Juta+
12	My BCA	3,9	98 Ribu+

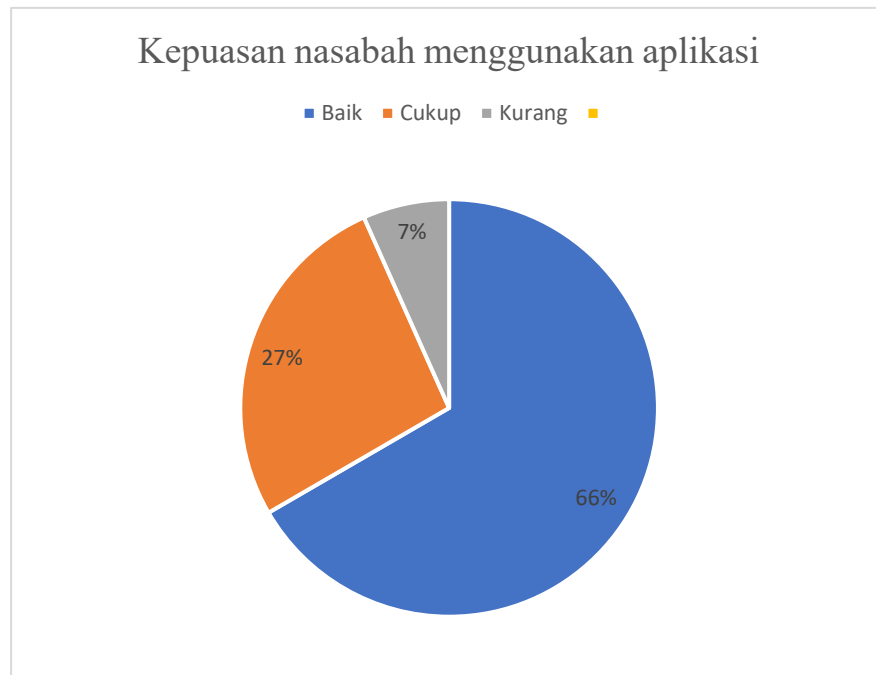
13	Bale by BTN	3,8	32 Ribu+
14	Jenius	3,3	201 Ribu+

Sumber : Play Store 2026

Berdasarkan data *Google Play Store* tahun 2026, terdapat perbedaan tingkat penilaian pada berbagai aplikasi mobile banking di Indonesia. Aplikasi SeaBank memperoleh rating 4,8 dengan lebih dari 3 juta ulasan, Wondr by BNI memperoleh rating 4,8 dengan lebih dari 1 juta ulasan, UOB TMRW Indonesia memperoleh rating 4,8 dengan 79 ribu ulasan, Bank Jago memperoleh rating 4,7 dengan 260 ribu ulasan, Neobank memperoleh rating 4,7 dengan 350 ribu ulasan, BRImo memperoleh rating 4,6 dengan lebih dari 2 juta ulasan, dan OCTO Mobile by CIMB Niaga memperoleh rating 4,5 dengan 353 ribu ulasan. Sementara itu, DBS digibank memperoleh rating 4,3 dengan 95 ribu ulasan, Livin' by Mandiri memperoleh rating 4,2 dengan sekitar 717 ribu ulasan, Allo Bank memperoleh rating 4,1 dengan 66 ribu ulasan, BCA Mobile memperoleh rating 4,0 dengan lebih dari 1 juta ulasan, myBCA memperoleh rating 3,9 dengan 98 ribu ulasan, Bale by BTN memperoleh rating 3,8 dengan 32 ribu ulasan, dan Jenius memperoleh rating 3,3 dengan 201 ribu ulasan. Meskipun Livin' by Mandiri memperoleh rating yang tergolong baik, posisinya masih berada di bawah beberapa aplikasi mobile banking pesaing seperti SeaBank, Wondr by BNI, Bank Jago, Neobank, BRImo, dan OCTO Mobile. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna Livin' by Mandiri masih menghadapi tantangan untuk dapat bersaing dengan aplikasi mobile banking lainnya.

Penelitian-penelitian kuantitatif dari jurnal dan repositori perguruan tinggi (2023–2025) melaporkan bahwa variabel seperti *e-service quality*, *ease of use*, dan *trust* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Livin, namun tidak semuanya konsisten, beberapa studi menemukan efek yang signifikan, sementara studi lain menunjukkan variabel lain (stabilitas sistem, kualitas layanan) yang lebih dominan. Hasil yang tidak konsisten inilah yang membuat studi lanjut perlu mengumpulkan data primer kontekstual di wilayah tertentu sebagai bukti yang lebih kuat.

Gambar 1. Presentase kepuasan nasabah menggunakan aplikasi Livin by Mandiri



Sumber: Data Primer Pra-survey

Berdasarkan hasil pra-survey terhadap 15 responden pengguna Livin by Mandiri di Kota Semarang, ditemukan bahwa mayoritas responden menilai kualitas aplikasi dan layanan berada pada kategori baik (80%). Selain itu, kemudahan penggunaan juga dinilai baik oleh sebagian besar responden (66,7%). Namun demikian, tingkat kepuasan nasabah tidak sepenuhnya sejalan dengan tingginya penilaian tersebut, di mana hanya 66,7% responden yang menyatakan puas dan masih terdapat responden yang merasa kurang puas.

Di sisi lain, meskipun sebagian besar responden menyatakan jarang mengalami kendala (46,7%), namun kendala tersebut tetap memberikan pengaruh terhadap kepuasan, dengan 53,3% responden menyatakan bahwa kendala cukup hingga sangat berpengaruh terhadap kepuasan mereka. Selain itu, ditemukan pula berbagai keluhan teknis seperti notifikasi yang tidak muncul, transaksi pending, serta kesulitan penggunaan fitur, yang menunjukkan adanya inkonsistensi antara persepsi kualitas layanan dengan pengalaman aktual pengguna.

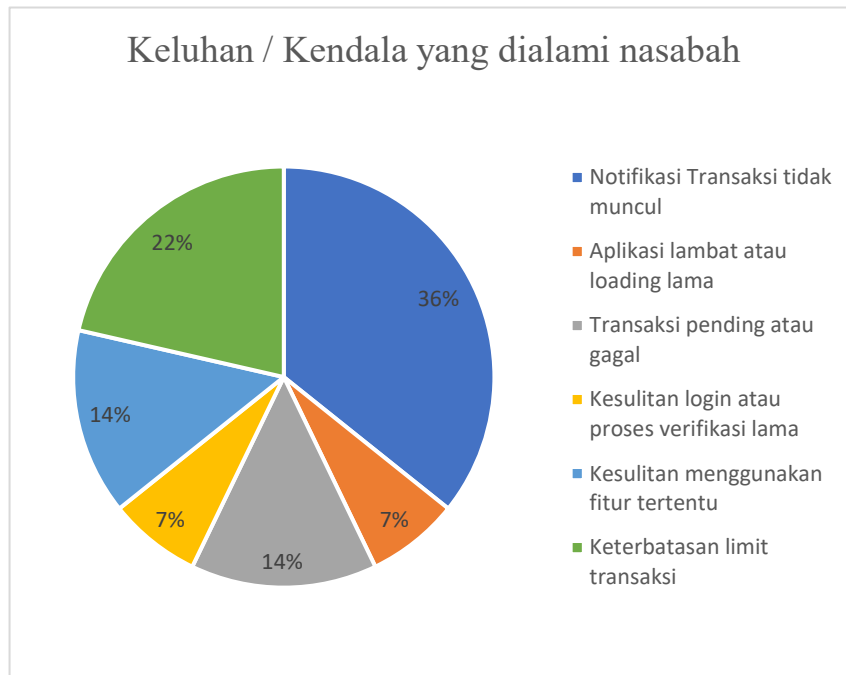
Selanjutnya, terkait kualitas layanan Livin' by Mandiri yang meliputi kecepatan transaksi, bantuan *customer service*, keamanan, dan stabilitas sistem, sebagian besar responden memberikan penilaian baik, namun terdapat pula responden yang menilai kualitas layanan pada kategori cukup. Perbedaan persepsi ini mengindikasikan bahwa pengalaman layanan digital yang dirasakan nasabah belum sepenuhnya konsisten.

Dari aspek kepuasan nasabah pengguna, hasil pra-survei menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden menyatakan puas, masih terdapat responden yang menyatakan tingkat kepuasan cukup bahkan kurang puas. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pengguna dengan kinerja aplikasi yang dirasakan.

Selain itu, terkait kemudahan penggunaan fitur, mayoritas responden menilai fitur Livin' by Mandiri mudah digunakan, namun beberapa responden hanya memberikan penilaian cukup, yang menunjukkan bahwa kompleksitas fitur masih

menjadi kendala bagi sebagian pengguna. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa tidak semua responden merasa aplikasi Livin' by Mandiri sepenuhnya memenuhi kebutuhan transaksi harian secara optimal.

Gambar 2. Keluhan dan Kendala yang dialami nasabah Livin by Mandiri



Sumber: Data Primer Pra-survey

Hasil pra-survei juga menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai keluhan yang dialami oleh pengguna Livin' by Mandiri. Berdasarkan Gambar 2, keluhan yang paling banyak disampaikan responden adalah notifikasi transaksi tidak muncul sebesar 36%. Selain itu, keterbatasan limit transaksi menjadi keluhan sebesar 22%, diikuti transaksi pending atau gagal sebesar 14%, kesulitan menggunakan fitur tertentu sebesar 14%, aplikasi lambat atau loading lama sebesar 7%, serta kesulitan login atau proses verifikasi yang lama sebesar 7%. Keluhan-keluhan tersebut umumnya muncul ketika responden melakukan aktivitas transaksi, seperti transfer dana, pembayaran, top up dompet digital, maupun saat mengakses fitur-fitur tertentu pada aplikasi Livin' by Mandiri.

Temuan pra-survei tersebut menunjukkan bahwa meskipun Livin' by Mandiri telah banyak digunakan oleh masyarakat sebagai sarana transaksi perbankan digital, masih terdapat berbagai kendala teknis yang dapat menghambat pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi. Permasalahan seperti notifikasi transaksi yang tidak muncul, transaksi yang mengalami kegagalan, proses login yang lambat, serta keterbatasan limit transaksi berpotensi menyebabkan pengguna merasa aplikasi kurang mudah digunakan dan kurang dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Kondisi tersebut juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital Bank Mandiri dan pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan nasabah. Hasil pra-survei ini sejalan dengan berbagai keluhan pengguna yang ditemukan pada ulasan *Google Play Store*, di mana sebagian besar pengguna juga mengeluhkan aplikasi yang sering mengalami error, gangguan transaksi, serta kendala

saat login. Oleh karena itu, fenomena tersebut menjadi dasar yang memperkuat pentingnya penelitian mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diidentifikasi bahwa permasalahan utama dalam penelitian ini adalah masih ditemukannya berbagai kendala pada penggunaan aplikasi Livin' by Mandiri, antara lain notifikasi transaksi yang tidak muncul, transaksi yang mengalami kegagalan, kesulitan login, aplikasi yang lambat, serta keterbatasan limit transaksi. Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman penggunaan aplikasi belum sepenuhnya sesuai dengan harapan nasabah sebagai pengguna layanan mobile banking. Kondisi ini diduga memengaruhi persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap aplikasi, yang pada akhirnya berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang.

Kemudahan penggunaan (Perceived ease of use) merupakan komponen utama dalam Technology Acceptance Model (TAM). Menurut Davis (1989) dalam Puspitasari dan Nuryani, (2026), kemudahan penggunaan adalah keyakinan bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan usaha minimal oleh penggunanya. Dalam konteks mobile banking, kemudahan penggunaan meliputi tampilan yang intuitif, navigasi yang jelas, dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Semakin mudah aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat penerimaan dan kepuasan pengguna. Banyak penelitian menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nuryati, (2026) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi mobile banking di Indonesia. Kusumawardani & Saebani, (2025) juga mengatakan bahwa semakin mudah sistem mobile banking digunakan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Namun, terdapat *research gap* dalam hubungan ini. Hayat dan Ary, (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna mobile banking. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya inkonsistensi dalam literatur sehingga perlu diteliti lebih lanjut pada konteks pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang.

Kepercayaan adalah rasa yang diberikan dari pihak tertentu dengan keyakinannya kepada seorang yang dipercaya akan melaksanakan kewajiban dengan baik seperti harapannya Rofiq (2007) dalam Shafira et al., (2023). Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara nasabah dengan bank, karena kepercayaan menjadi dasar keberlangsungan bisnis perusahaan jasa keuangan. Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan nasabah, terutama dalam penggunaan layanan digital seperti mobile banking (Rahmi et al., 2024). (Purnama, 2024) menyatakan bahwa kepercayaan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Namun, beberapa penelitian justru menemukan hasil berbeda. Kusumawardani & Saebani, (2025) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking. Inkonsistensi ini menjadi *research gap* yang relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Kepuasan nasabah adalah bentuk evaluasi yang dilakukan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang tercermin dari perbandingan antara harapan awal dengan kinerja layanan yang dirasakan (Astuti et al., 2020). Pada layanan mobile banking, kepuasan akan tercapai apabila fitur dan layanan yang disediakan mampu memenuhi kebutuhan serta memberikan manfaat sesuai dengan ekspektasi nasabah.

Namun, apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, nasabah cenderung mengalami ketidakpuasan terhadap layanan tersebut. Penelitian terbaru oleh Anggraeni & Waluyo, (2025) menemukan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Pemasaran Perbankan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma pemasaran di industri perbankan. Jika sebelumnya kegiatan pemasaran perbankan lebih berorientasi pada penawaran produk dan layanan secara konvensional melalui kantor cabang, kini pemasaran bergeser ke arah digital dengan memanfaatkan berbagai platform elektronik, termasuk mobile banking. Perubahan tersebut mendorong bank untuk tidak hanya berfokus pada penghimpunan dana dan penyaluran kredit, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui penyediaan layanan digital yang mudah diakses, aman, dan mampu memberikan pengalaman penggunaan yang memuaskan (Vedalla Putra et al., 2024)

(Nurlaila Rifaa'tin & Rofiuddin, 2023) Dalam perspektif pemasaran modern, keberhasilan pemasaran perbankan tidak lagi hanya diukur dari jumlah produk yang berhasil dipasarkan, tetapi juga dari kemampuan bank dalam menciptakan nilai (*customer value*), meningkatkan kualitas pengalaman nasabah (*customer experience*), serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pengembangan layanan digital seperti mobile banking menjadi salah satu strategi pemasaran yang penting karena mampu meningkatkan interaksi bank dengan nasabah secara lebih efektif, cepat, dan berkelanjutan (Maryamah et al., 2023)

Seiring meningkatnya persaingan industri perbankan, strategi pemasaran digital menjadi faktor yang menentukan keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah. Penggunaan aplikasi mobile banking tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi keuangan, tetapi juga menjadi sarana untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*), membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah (*relationship marketing*), serta menciptakan loyalitas pelanggan melalui pengalaman layanan yang berkualitas. Dengan demikian, kualitas aplikasi mobile banking merupakan bagian dari implementasi strategi pemasaran perbankan yang berorientasi pada kepuasan dan hubungan jangka panjang dengan nasabah (Satria & Nuryanti, 2023).

Dalam penelitian ini, Livin' by Mandiri merupakan salah satu bentuk implementasi strategi pemasaran digital Bank Mandiri yang bertujuan memberikan kemudahan layanan kepada nasabah melalui platform mobile banking. Agar strategi tersebut berhasil, aplikasi harus mampu memberikan pengalaman penggunaan yang mudah, aman, dan dapat dipercaya sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri menjadi relevan dalam perspektif manajemen pemasaran perbankan (Vedalla Putra et al., 2024).

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah **Technology Acceptance Model (TAM)** yang dikemukakan oleh Davis. Menurut Astuti et al. (2020) dalam Kusumawardani & Saebani, (2025) TAM dirancang untuk memahami mengapa seseorang memilih menggunakan atau menghindari suatu teknologi tertentu. Dalam konteks perbankan modern, TAM sering digunakan untuk menganalisis keputusan nasabah dalam mengadopsi layanan mobile banking, dengan fokus pada faktor psikologis seperti persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Dalam konteks *mobile banking*, TAM digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan aplikasi dapat mempengaruhi sikap, niat menggunakan, serta kepuasan nasabah. Aplikasi mobile banking yang mudah digunakan akan meningkatkan penerimaan teknologi oleh nasabah dan mendorong terciptanya kepuasan dalam penggunaan layanan digital perbankan.

2.1.3 Commitment Trust

Commitment-Trust Theory yang dikemukakan oleh Morgan dan Hunt (1994) dalam Hendratama & Usman, (2026) menyatakan bahwa kepercayaan (trust) dan komitmen (commitment) merupakan dua variabel utama yang menentukan keberhasilan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Menurut teori ini, kepercayaan muncul ketika salah satu pihak memiliki keyakinan bahwa pihak lain memiliki integritas dan dapat diandalkan dalam memenuhi kewajibannya. Kepercayaan yang tinggi akan mendorong terciptanya hubungan yang saling menguntungkan, meningkatkan kerja sama, mengurangi ketidakpastian, serta memperkuat keberlangsungan hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan.

Dalam konteks layanan mobile banking, kepercayaan nasabah tercermin dari keyakinan bahwa aplikasi Livin' by Mandiri mampu menjaga keamanan data pribadi, menjamin keamanan transaksi, memberikan layanan yang andal, serta bertanggung jawab dalam melindungi kepentingan nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan, maka semakin besar kemungkinan nasabah merasa puas dan mempertahankan penggunaan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, Commitment-Trust Theory menjadi landasan yang relevan dalam menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri.

2.1.4 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem teknologi dapat dilakukan dengan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Konsep ini berasal dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan oleh Davis. Menurut Hartono, (2019) dalam (Nuryati, 2026) kemudahan adalah sejauh mana kepercayaan seseorang menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha lebih. Dalam konteks mobile banking, kemudahan penggunaan mencakup kemudahan memahami fitur, kejelasan tampilan, serta kemudahan proses transaksi. Kemudahan penggunaan yang tinggi akan memberikan pengalaman positif bagi nasabah, sehingga

meningkatkan kepuasan dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Sebaliknya, aplikasi yang rumit dan sering mengalami gangguan dapat menurunkan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Sun dan Zhang, (2011) dalam Jannah dan Hastari, (2023) Ada indikator pengukuran Kemudahan Penggunaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Indikator Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Indikator Kemudahan Penggunaan
1	Mudah di pelajari
2	Mudah dioperasikan
3	Tampilan aplikasi mudah dipahami
4	Proses transaksi sederhana
5	Fitur mudah diakses

2.1.5 Kepercayaan

Kepercayaan nasabah kepada salah satu produk atau jasa seringkali muncul diakibatkan pelanggan / nasabah memperkirakan kualitas produk dengan apa yang mereka pandang, mengerti dan apa yang mereka rasakan. Sebab itu hal utama bagi korporasi untuk mendorong rasa percaya nasabah/pelanggan kepada produk atau jasa yang ditawarkannya, agar tingkat kepercayaan customer lebih tinggi kepada korporasi dan tercipta kepuasan nasabah. Kepercayaan terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu kemampuan (*ability*), integritas (*integrity*), dan niat baik (*benevolence*). Ketiga dimensi tersebut relevan dalam konteks mobile banking. Kepercayaan terhadap mobile banking mencakup keyakinan nasabah terhadap keamanan sistem, kerahasiaan data, serta keandalan aplikasi dalam memproses transaksi. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan rasa aman dan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan. Menurut Hendratama dan Usman, (2026) Adapun indikator pengukuran Kepercayaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Indikator Variabel Kepercayaan

No	Indikator Kepercayaan
1	Keamanan data pribadi
2	Keamanan transaksi
3	Keandalan sistem
4	Kredibilitas bank
5	Perlindungan privasi nasabah

2.1.5 Kepuasan Nasabah

Secara umum, Emosi yang diterima seseorang setelah membandingkan suatu objek atau tampilan dengan yang lain dikenal sebagai kepuasan. Ketidakpuasan konsumen diakibatkan oleh kinerja di bawah standar yang jauh dari harapan, atau sebaliknya. Kepuasan konsumen dapat dihasilkan jika unsur-unsur pendukungnya terpenuhi Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Hayat & Ary, (2023). Tingkat kesenangan atau ketidakpuasan seseorang ditentukan oleh seberapa dekat kinerja aktual produk sesuai dengan keinginan mereka. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan pelanggan menjadi tidak puas. Ketika pekerjaan sesuai dengan harapan, pelanggan akan senang dan pelanggan akan senang atau puas apabila hasil kerjanya memenuhi atau melebihi ekspektasinya Menurut Kotler dan Keller (2018) dalam Hayat & Ary, (2023). Menurut Tjiptono, (2019) dalam Nuryati, (2026) ada indikator pengukuran Kepuasan Pengguna adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Indikator Variabel Kepuasan Nasabah

No	Indikator Kepuasan Nasabah
1	Kepuasan Pengguna keseluruhan
2	Konfirmasi harapan
3	Niat menggunakan ulang
4	Kesediaan untuk merekomendasikan

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 6. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneiti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	(Shafira et al., 2023)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang	variabel kepercayaan dari penggunaan mobile banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRIMO di Kota Semarang. Kepercayaan yang ada pada layanan BRI Mobile Banking seperti dapat berfungsi dengan baik sesuai harapan nasabah.
2	(Anggraeni & Waluyo, 2025)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Peralihan Mobile banking BSI ke BYOND by BSI	Variabel Kemudahan Penggunaan aplikasi BYOND by BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BYOND by BSI.

No	Nama Peneiti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian
3	(Kusumawardani & Saebani, 2025)	Pengaruh Fitur Layanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Mobile Banking (Studi Pada Generasi Z)	Hasil pengujian pada variabel kemudahan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem mobile banking. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah sistem mobile banking digunakan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.
4	(Puspitasari & Nuryani, 2026)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kemudahan dan Fitur Aplikasi Wondr By BNI Terhadap Kepuasan Nasabah di Kalangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa	Hasil pengujian menunjukan bahwa pada variabel Kemudahan dan variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi Wondr by BNI.
5	(Nuryati, 2026)	Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Livin' By Mandiri	Hasil penelitian menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Livin' by Mandiri. Ini membuktikan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri

Berdasarkan teori TAM, persepsi kemudahan penggunaan mengarah pada sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam pengoperasian suatu sistem tidak memerlukan usaha fisik ataupun mental yang besar. Kemudahan dalam pengoperasian fitur yang disediakan dapat meningkatkan kepuasan pada pengguna, meningkatkan produktivitas, dan pada akhirnya mendorong adopsi teknologi secara luas.

Kusumawardani & Saebani, (2025) mengatakan dalam teori TAM, kemudahan menjadi salah satu persepsi utama penerimaan teknologi. Ketika pengguna merasa bahwasanya pengoperasian sistem mudah digunakan atau tidak memerlukan usaha yang signifikan akan memicu perasaan puas pada pengguna saat menggunakannya. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini merumuskan hipotesis pertama (H1) sebagai berikut:

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna nasabah Livin by Mandiri

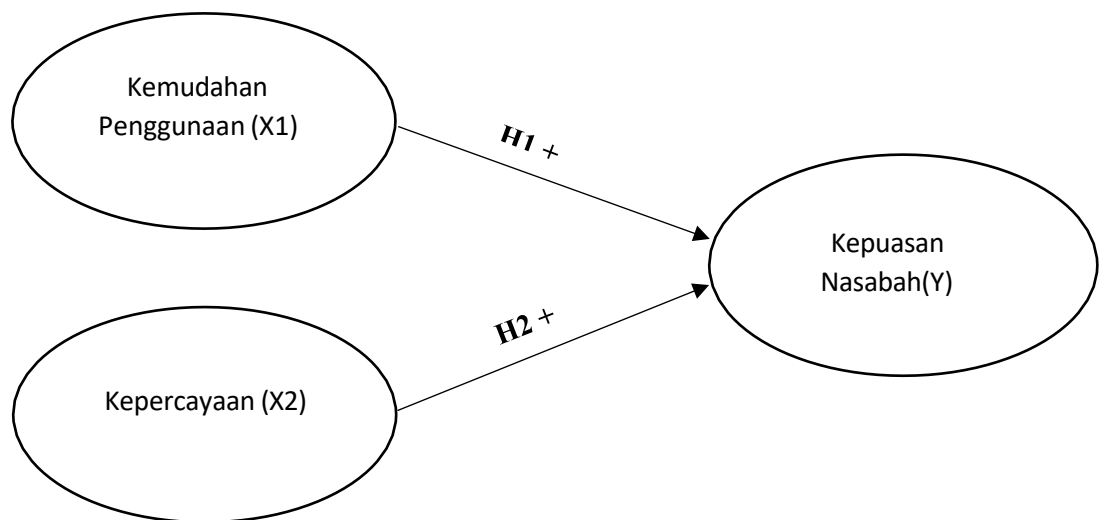
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri

Berdasarkan teori *Commitment-Trust*, kepercayaan merupakan fondasi utama dalam membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan memiliki integritas, dapat diandalkan, serta mampu memenuhi komitmennya. Dalam konteks mobile banking, semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan kredibilitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut..

Menurut Puspitasari & Nuryani, (2026) Kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan mobile banking. Kepercayaan tersebut tercermin dari keyakinan nasabah bahwa sistem perbankan digital yang digunakan dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi, menjamin keamanan transaksi, serta mendukung aktivitas finansial secara aman dan andal sehingga meminimalkan potensi risiko penyalahgunaan. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini merumuskan hipotesis kedua (H2) sebagai berikut:

H2: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin by Mandiri

2.4 Kerangka Model Penelitian



Gambar 2. Kerangka Model Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berfokus pada pengukuran dan analisis hubungan antarvariabel secara objektif menggunakan data numerik. Hasil analisis tersebut selanjutnya digunakan untuk memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono, (2020) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini Adalah melalui penyebaran kuesioner, dengan memilih responden yang memiliki informasi yang sesuai dan memenuhi kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti.

3.2 Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu, objek, atau unit analisis yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti sebagai ruang lingkup penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang menjadi sumber pengambilan data, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat digunakan untuk menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi penelitian ini adalah para nasabah bank mandiri yang menggunakan aplikasi mobile banking Livin by Mandiri dan berdomisili di Kota Semarang.

3.3 Sampel dan Teknik sampling

Menurut Sugiyono, (2020) Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi asal dan dipilih menggunakan teknik pengambilan sampel tertentu agar dapat merepresentasikan populasi secara tepat. Pengambilan sampel umumnya dilakukan apabila ukuran populasi terlalu besar sehingga penelitian terhadap seluruh anggota populasi tidak dapat dilakukan karena keterbatasan waktu, biaya, maupun tenaga.

Penentuan jumlah sample penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan toleransi kesalahan 10%, yaitu $n = \frac{Z^2 \times P (1-P) d}{d^2}$

Keterangan

N : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : maksimal estimasi 0,5

D : alpha (0,10) Atau sampling eror (10%)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Dari perhitungan diatas maka didapatkan sampel sebanyak 96,04. Karena hasilnya desimal maka aka dibulatkan menjadi 100 responden (n=100). Teknik ini dipilih karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang dimiliki peneliti, sehingga proses pengambilan sampel dalam jumlah yang lebih besar tidak memungkinkan untuk dilakukan, sebagaimana dinyatakan oleh (Mutiar, 2023).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena hanya responden yang memiliki pengalaman menggunakan Livin' by Mandiri yang dinilai mampu memberikan penilaian secara objektif terhadap kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan kepuasan dalam menggunakan layanan tersebut. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- a) Nasabah Bank Mandiri
- b) Berdomisili di Kota Semarang
- c) Aktif menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri
- d) Pernah / Aktif melakukan transaksi melalui aplikasi Livin by mandiri.
- e) Lokasi bank Mandiri di Kota Semarang

3.4 Variabel Penelitian

Tabel 7. Definisi Konsep dan Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi Konsep	Indikator
1	Kemudahan Penggunaan (X1)	Keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar, sehingga teknologi tersebut mudah dipahami, dipelajari, dan dioperasikan. Jogiyanto dalam (Jannah & Hastari, 2023)	1. Mudah di pelajari 2. Mudah dioperasikan 3. Tampilan aplikasi mudah dipahami 4. Proses transaksi sederhana 5. Fitur mudah diakses Sun dan Zhang, (2011) dalam (Jannah & Hastari, 2023)
2	Kepercayaan (X2)	Keyakinan individu terhadap kemampuan, keandalan, dan integritas pihak lain dalam menjalankan suatu hubungan. Kepercayaan menunjukkan adanya harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak secara jujur, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi pihak yang memberikan kepercayaan. Dalam kegiatan transaksi, kepercayaan menjadi dasar bagi individu untuk melakukan interaksi meskipun terdapat risiko dan ketidakpastian. (Mutiara, 2023)	1. Keamanan data pribadi 2. Keamanan Transaksi 3. Keandalan sistem 4. Kredibilitas Sistem Perlindungan privasi nasabah (Hendratama & Usman, 2026)
3	Kepuasan Nasabah(Y)	tingkat penilaian nasabah terhadap layanan yang diterima berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan pengalaman yang diperoleh setelah menggunakannya. Nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan serta memberikan manfaat yang optimal. (Mutiara, 2023)	1. Kepuasan pengguna keseluruhan 2. Konfirmasi harapan 3. Niat beli ulang 4. Kesiediaan untuk merekomendasikan Tjiptono, (2019) dalam (Nuryati, 2026)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data serta mengukur variabel penelitian yang berkaitan dengan fenomena sosial maupun fenomena alam. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang disusun secara sistematis sesuai dengan indikator setiap variabel yang diteliti.

Kuesioner yang disusun untuk penelitian ini akan disebar berbasis Google Form yang menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan dalam penelitian ini karena efektif untuk mengukur persepsi, sikap, serta penilaian responden terhadap variabel penelitian secara terstruktur. Penyusunan instrumen penelitian dilakukan dengan mengadaptasi indikator dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga instrumen yang digunakan memiliki tingkat keakuratan dan konsistensi yang memadai. Pengukuran skala tersebut akan digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 8. Skala Pengukuran Likert

Kode	Kriteria Jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder, dengan data primer sebagai sumber utama penelitian. Menurut Manfarisa dalam Ghozali, (2021), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui proses pengumpulan data, seperti wawancara atau pengisian kuesioner. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form dan secara luring melalui pembagian kuesioner langsung kepada responden.

3.6 Alat Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi berganda, dan uji determinasi koefisien. Metode analisis data dalam penelitian yaitu dengan analisis statistic dengan bantuan pengolahan dengan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 31. Analisis statistic pada penelitian ini antara lain adalah:

3.6.1 Uji Instrument

a) Uji Validitas

Suatu alat ukur disebut memiliki validitas bilamana alat ukur tersebut isinya layak mengukur objek yang seharusnya diukur dan sesuai dengan kriteria tertentu, uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi pearson. Mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan nilai total pertanyaan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut menurut (Ghozali, 2021) .

Sebesar tingkat ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan

fungsi ukurnya. Di dalam penelitian ini terdapat sebuah instrument yang hanya dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang akan diukur dan bisa digunakan untuk mengungkapkan data dari variabel yang diteliti.

Kesimpulan yang bisa didapatkan setelah menguji validitas adalah r tabel pada tingkat signifikan 5% dan $dk = n-2$. Kriteria kelayakan adalah 1) Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka instrumen dinyatakan valid. 2) Jika nilai r hitung $< r$ tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Data dikatakan reliabel adalah memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Dalam pengujian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha. Perhitungan koefisien alpha memanfaatkan bantuan SPSS for windows dan batas kritis untuk nilai alpha untuk mengindikasikan kuesioner yang reliabel adalah 0,60 Menurut (Ghozali, 2021)

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menerapkan uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 31 untuk menggambarkan hubungan antar variabel. Dalam penelitian kuantitatif, menerapkan uji asumsi klasik merupakan hal yang wajib dilakukan. Teknik analisis yang digunakan adalah:

a) Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Keputusan dalam pengujian bisa didasarkan pada probabilitas, yaitu:

- 1) Jika probabilitas lebih besar dari 0,05, maka distribusi data tersebut dianggap normal. 2)
- 2) Jika probabilitas kurang dari 0,05, maka distribusi data tidak normal (Ghozali, 2021).

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen Menurut (Ghozali, 2021).

1. Terdapat multikolinieritas apabila: Nilai toleransi $< 0,10$ dan VIF > 10
2. Tidak terdapat multikolinieritas apabila: Nilai toleransi $> 0,10$ dan VIF < 10

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Pada penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas melalui tingkat signifikansi masing-masing variabel independen. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), maka model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05), maka model regresi menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisa regresi berganda, untuk mengetahui besarnya pengaruh kuantitatif dari suatu perubahan (Variabel X) terhadap kejadian lainnya (Variabel Y). untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi livin by Mandiri di Kota Semarang dengan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

a = Harga Konstanta

b₁ = Koefisien regresi pertama

b₂ = Koefisien regresi kedua

X₁ = Koefisien independent pertama

X₂ = Koefisien independent kedua

e = Error

3.6.4 Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) berada pada rentang 0 hingga 1. Semakin besar nilai R², semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R² rendah, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen juga semakin terbatas (Ghozali, 2021).

3.6.5 Uji t

Uji hipotesis dengan t-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dapat dilihat Jika t-hitung < t-tabel, maka H_a alternatif ditolak. Jadi tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independent terhadap variabel dependen. Jika t-hitung > t-tabel, maka H_a alternatif diterima. Jadi ada pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Taraf nyata (α) adalah 5%(Ghozali, 2021).

3.6.6 Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna Livin' by Mandiri di Kota Semarang. Apabila nilai signifikansi hasil uji F lebih kecil dari 0,05 (Sig. < 0,05), maka hipotesis yang

menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05), maka hipotesis tersebut ditolak karena kedua variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Ghozali, 2021).