

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PENGGUNA SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA
APLIKASI MY BCA**

Dahlia Br Ginting, Ferry Sutrisno, Ekabrata Yudhistira, Rini Astuti, Hartanto

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer LIKMI
Jl. Ir. H. Juanda 96 Bandung 40132

Email: carlosurbakti@yahoo.com

ABSTRAK

Saat ini perkembangan teknologi sangat pesat diberbagai bidang, salah satunya di dunia perbankan. *Mobile banking* adalah kegiatan perbankan yang menggunakan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi melalui *smartphone*. Layanan *mobile banking* juga dapat digunakan untuk bertransaksi kapan saja dan dimana saja.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi My BCA yang sudah pernah menggunakan aplikasi My BCA. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 252 responden. Pengolahan dan pengujian data menggunakan *software* SPSS untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dan dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi BCA

Hasil analisis pada rantai kausal pertama menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, promosi, kualitas informasi dan kualitas sistem secara individu berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hasil analisis pada rantai kausal kedua menunjukkan bahwa variabel promosi, kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna secara individu berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Sedangkan fitur layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Hasil analisis pada rantai kausal pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna. Hasil analisis pada rantai kausal kedua menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna.

Persamaan rantai kausal pertama $Y_1 = 0,127X_1 + 0,176X_2 + 0,073X_3 + 0,166X_4 + 0,268X_5 + 0,772$ dan persamaan rantai kausal kedua $Y_2 = 0,048X_1 + 0,138X_2 + 0,282X_3 + 0,091X_4 + 0,094X_5 + 0,187Y_1 + 0,756$.

Terdapat pengaruh tidak langsung variabel fitur layanan terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebesar 0,023 atau 2,3%, pengaruh tidak langsung variabel promosi terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna 0,032 atau 3,2%, pengaruh tidak langsung variabel kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna 0,031 atau 3,1%, pengaruh tidak langsung variabel kualitas sistem terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna 0,050 atau 5%.

Kata kunci : *mobile banking*, regresi linear berganda, analisis jalur

1. PENDAHULUAN

Di zaman serba teknologi yang berkembang pesat saat ini, aktivitas manusia dituntut untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, dan efisien. Demikian juga perkembangan dan persaingan di dunia perbankan, membuat para pelaku usaha pada bidang tersebut dituntut untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi-inovasi terbaru, agar produknya memiliki keunggulan dan ciri khas yang unik. Mulai dari pelayanan dan teknologi yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, persaingan yang semakin ketat membuat perbankan harus berinovasi dan memberikan penawaran terbaik agar produknya menjadi produk yang unggulan di kalangan konsumen. *Mobile banking* adalah kegiatan perbankan yang menggunakan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi melalui *smartphone*. Sehingga layanan *mobile banking* dapat digunakan untuk bertransaksi kapan saja dan dimana saja.

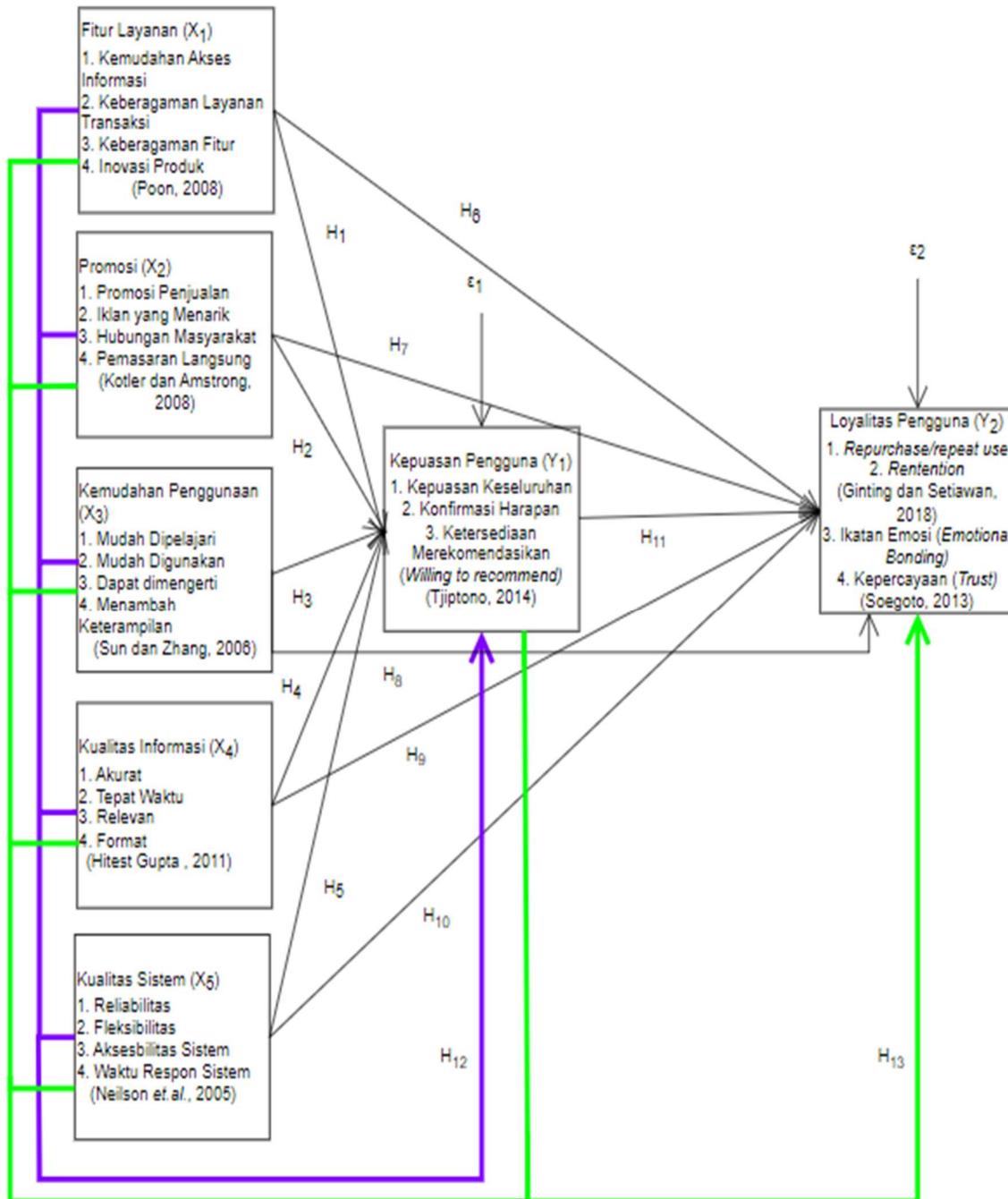
Sebagai upaya memberikan pelayanan dan pengalaman terbaik kepada pengguna setia aplikasi BCA, PT Bank Central Asia Tbk., menghadirkan Mobile Apps terbaru bernama My BCA, yang secara resmi diluncurkan pada tahun 2021. Aplikasi My BCA secara khusus dikembangkan untuk memberikan kemudahan akses bertransaksi dan informasi yang lengkap bagi seluruh pengguna layanan perbankan BCA. Sebelumnya PT Bank Central Asia Tbk. telah meluncurkan aplikasi *mobile banking* mereka pertama pada tahun 2011 yang bernama BCA Mobile. Secara fitur My BCA dan BCA Mobile hampir sama. Perbedaannya, BCA mobile hanya bisa diakses oleh satu nomor rekening BCA saja sedangkan My BCA dapat mengakses dua atau lebih nomor rekening BCA dalam satu aplikasi.

2. RUMUSAN MASALAH DAN KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan permasalahan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- b. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- c. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- d. Bagaimana pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- e. Bagaimana pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- f. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- g. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- h. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- i. Bagaimana pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- j. Bagaimana pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- k. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- l. Bagaimana pengaruh fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas sistem secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA?
- m. Bagaimana pengaruh fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas sistem secara bersama-sama terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA?
- n. Bagaimana pengaruh fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas sistem secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna informasi aplikasi My BCA?

Faktor-faktor yang mempengaruhi *kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna aplikasi My BCA* terdapat dalam kerangka penelitian pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

3. HIPOTESIS PENELITIAN

a. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

(Meileny & Wijaksana, 2020) dalam penelitian tingkat kepuasan pelanggan Linkaja di Indonesia, menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung = 5,542 lebih besar dari t-tabel = 1,661.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
 H1 : Fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan.

(Cahyono, Rudi dan Sari, 2022) dalam penelitian loyalitas pengguna aplikasi Zoom dengan kepuasan pengguna sebagai variabel *intervening*, menyimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna, dibuktikan dengan hasil nilai signifikan sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung = 2,178 lebih besar dari nilai t-tabel = 1,96

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
 H6 : Fitur layanan berpengaruh terhadap loyalitas. (Cahyono, Rudi dan Sari, 2022)

b. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

(Ginting & Nugraha, 2019), dalam penelitian kepuasan pengguna aplikasi sakuku BCA” menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara individu terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:
 H2 : Promosi berpengaruh terhadap kepuasan.

(Kartini, Iis, Wibowo dan Sugiyanto, 2021) dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas dalam belanja online pada Shopee, menyimpulkan bahwa bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas, dibuktikan dengan hasil signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung = 8,194 lebih besar dari nilai t-tabel = 1.664

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
 H7 : Promosi berpengaruh terhadap loyalitas.

c. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

(Ginting & Nugraha, 2019) dalam penelitian kepuasan pengguna aplikasi Sakuku BCA menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara individu terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan hasil signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
 H3 : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan.

(Pratiwi, Ekanova, & Nagari, 2022) dalam penelitian loyalitas pelanggan pada pelayanan Shopeefood di Jakarta menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. dibuktikan dengan nilai t-hitung = 5,619 lebih besar dari nilai t-tabel = 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
 Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas.

d. Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

(Ginting & Setiawan, 2018) dalam penelitian factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi Snapchat menyimpulkan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan nilai t-hitung = 5.572 lebih besar dari nilai t-tabel = 1.650 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
H4 : Kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan.

(Ginting & Setiawan, 2018) dalam penelitian factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pengguna aplikasi Snapchat menyimpulkan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna, dibuktikan dengan nilai t-hitung = 3,883 lebih besar dari nilai t-tabel = 1.650 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
H9 : Kualitas sistem berpengaruh terhadap loyalitas.

e. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas

(Ginting & Nugraha, 2019) dalam penelitian kepuasan pengguna aplikasi Sakuku BCA menghasilkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara individu terhadap kepuasan pengguna, dibuktikan dengan hasil signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
H5 : Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan.

(Ginting & Setiawan, 2018) dalam penelitian kepuasan penggunaan serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna Aplikasi Viu, menyimpulkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna . dibuktikan dari nilai t-hitung = 2,966 lebih besar dari nilai t-tabel = 1.969 dan nilai signifikan sebesar 0.035 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
H10 : Kualitas informasi berpengaruh terhadap loyalitas.

f. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Pengguna

(Ginting & Setiawan, 2018) dalam penelitian kepuasan penggunaan serta dampaknya terhadap loyalitas pengguna Aplikasi Viu, menyimpulkan bahwa kepuasan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pengguna, dibuktikan dengan nilai t-hitung = 3,334 lebih besar dari nilai t-tabel = 1.969 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:
H11 : Kepuasan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna

4. OPERASIONALISASI VARIABEL

Tabel 1 menunjukkan variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Kode	Keterangan
1.	Fitur Layanan (X ₁)	Kemudahan akses informasi	FL1	Fitur layanan aplikasi My BCA memberikan kemudahan dalam mengakses informasi (Saldo rekening, riwayat, dan lainnya)
		Keberagaman Fitur	FL2	Fitur layanan aplikasi My BCA memiliki keberagaman sehingga dapat membantu pengguna dalam berbagai transaksi
		Inovasi Produk	FL3	Aplikasi My BCA memiliki fitur tambahan (masuk menggunakan biometrik, <i>welma</i> , dan lainnya)
2.	Promosi (X ₂)	Promosi Penjualan	PR1	Aplikasi My BCA memberikan insentif jangka pendek seperti (kupon, diskon, dan lainnya)
		Iklan yang menarik	PR2	Iklan yang ditayangkan aplikasi My BCA, memiliki konten yang menarik
		Hubungan Masyarakat	PR3	Aplikasi My BCA memiliki Humas yang berbaur baik dan responsif terhadap masyarakat dan pengguna
		Pemasaran Langsung	PR4	Aplikasi My BCA melakukan pemasaran secara langsung terhadap para pengguna dan membangun nilai bagi pengguna
3.	Kemudahan Penggunaan (X ₃)	Mudah dipelajari	KP1	Aplikasi My BCA mudah dipelajari oleh pengguna baru
		Mudah digunakan	KP2	Aplikasi My BCA mudah digunakan bahkan oleh pengguna baru
		Dapat dimengerti	KP3	Aplikasi dan fitur My BCA dapat dimengerti dengan mudah oleh pengguna
		Menambah keterampilan	KP4	Dengan menggunakan aplikasi My BCA menambah keterampilan pengguna dalam menggunakan aplikasi, dapat dengan mudah menggunakan kembali.
4.	Kualitas Informasi (X ₄)	Akurat	KI1	Informasi yang diberikan oleh My BCA sesuai dan akurat
		Tepat Waktu	KI2	Informasi yang diberikan oleh My BCA tepat waktu

No	Variabel	Indikator	Kode	Keterangan
		Relevan	KI3	Informasi yang diberikan oleh My BCA relevan dengan kenyataan, sesuai dengan yang dibutuhkan
		Format	KI4	Output format informasi yang digunakan dan dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna
5.	Kualitas Sistem (X ₅)	Reliabilitas	KS1	Aplikasi My BCA beroperasi sesuai kebutuhan pengguna tanpa adanya eror
		Fleksibilitas	KS2	Aplikasi My BCA mudah atau dapat digunakan untuk berbagai perangkat
		Aksesibilitas Sistem	KS3	Aplikasi My BCA mudah untuk diakses
		Waktu Respon Sistem	KS4	Waktu respon aplikasi My BCA cepat, tanggap, dan baik
6.	Kepuasan Pengguna (Y ₁)	Kepuasan Keseluruhan	KPS1	Aplikasi My BCA memberikan kepuasan secara menyeluruh dari segi sistem hingga pelayanan
		Konfirmasi Harapan	KPS2	Aplikasi My BCA sesuai harapan yang ada dibenak pengguna
		Ketersediaan Merekomendasikan (<i>willingnes to recommend</i>)	KPS3	Pengguna bersedia merekomendasikan aplikasi My BCA kepada orang lain
7.	Loyalitas Pengguna (Y ₂)	<i>Repurchase / repeated use</i>	LP1	Pengguna aplikasi My BCA melakukan penggunaan ulang aplikasi secara teratur
		<i>Rentention</i>	LP2	Pengguna aplikasi My BCA tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing
		Ikatan emosi (<i>emotional bonding</i>)	LP3	aplikasi My BCA memiliki daya tarik menggunakan ulang karena memiliki ikatan yang kuat antara sesama pengguna lain
		Kepercayaan (<i>trust</i>)	LP4	Pengguna mempercayakan aplikasi My BCA dalam melakukan transaksi

5. HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Hasil analisis rantai kausal pertama yang diperoleh berdasarkan pengaruh variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas system terhadap variabel kepuasan pengguna aplikasi MY BCA, ditunjukkan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Hasil Analisis Uji T Rantai Kausal Pertama

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.990	.809		3.694	.000
	TFL	.105	.051	.127	2.048	.042
	TP	.120	.044	.176	2.733	.007
	TKP	.055	.050	.073	1.106	.270
	TKI	.129	.052	.166	2.481	.014
	TKS	.226	.053	.268	4.295	.000
a. Dependent Variable: TKPS						

Nilai t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,65 yang diperoleh dari $n-k$ (252-7).

Berdasarkan Tabel 2, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai t_{hitung} sebesar 2,048 > t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,042 < 0,05 yang menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- b. Nilai t_{hitung} sebesar 2,733 > t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05 yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- c. Nilai t_{hitung} sebesar 1,106 < t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,270 > 0,05 yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna karena mudah atau tidaknya penggunaan aplikasi My BCA orang-orang tetap akan menggunakan untuk memperoleh informasi.
- d. Nilai t_{hitung} sebesar 2,481 > t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,014 < 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- e. Nilai t_{hitung} sebesar 4,295 > t_{tabel} 1,65 dan nilai
- f. signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 3. Uji F Rantai Kausal Pertama

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	295.340	5	59.068	33.180	.000 ^b
	Residual	437.930	246	1.780		
	Total	733.270	251			
a. Dependent Variable: TKPS						
b. Predictors: (Constant), TKS, TP, TFL, TKP, TKI						

Nilai F_{tabel} dengan alpha 0,05 dapat dilihat dengan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$.

Dimana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. $df_1 = 7-1 = 6$ dan $df_2 = 252-7 = 245$, maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,14.

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $33,180 > f_{\text{tabel}} 2,14$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas sistem berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna.

Persamaan rantai kausal pertama :

$$Y_1 = 0,127X_1 + 0,176X_2 + 0,073X_3 + 0,166X_4 + 0,268X_5 + 0,772$$

Keterangan:

Y_1 = Kepuasan Pengguna

X_1 = Fitur Layanan

X_2 = Promosi

X_3 = Kemudahan Penggunaan

X_4 = Kualitas Informasi

X_5 = Kualitas Sistem

Sedangkan hasil analisis rantai kausal kedua yang diperoleh berdasarkan pengaruh variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas system dan kepuasan pengguna terhadap variabel loyalitas pengguna aplikasi MY BCA, ditunjukkan pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Tabel 4. Uji T Rantai Kausal Kedua

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.410	1.043		3.269	.001
	TFL	.051	.065	.048	.780	.436
	TP	.120	.056	.138	2.142	.033
	TKP	.273	.063	.282	4.325	.000
	TKI	.090	.066	.091	1.361	.175
	TKS	.101	.069	.094	1.477	.141
	TKPS	.239	.080	.187	2.988	.003

a. Dependent Variable: TLP

Nilai t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,65 yang diperoleh dari $n-k$ (252-7).

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai t_{hitung} sebesar $0,780 < t_{\text{tabel}} 1,65$ dan nilai signifikansi sebesar $0,436 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

- b. Nilai t_{hitung} sebesar 2,142 > t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,033 < 0,05 yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.
- c. Nilai t_{hitung} sebesar 4,325 > t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.
- d. Nilai t_{hitung} sebesar 1,361 < t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,175 > 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.
- e. Nilai t_{hitung} sebesar 1,477 < t_{tabel} 1,65 dan nilai signifikansi sebesar 0,141 > 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.
- f. Nilai $t_{hitung} = 2,988$ lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 1,65$ dan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,005 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Tabel 5. Uji F Rantai Kausal Kedua

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	513.577	6	85.596	30.558	.000 ^b
	Residual	686.276	245	2.801		
	Total	1199.853	251			
a. Dependent Variable: TLP						
b. Predictors: (Constant), TKPS, TFL, TP, TKS, TKP, TKI						

Nilai F_{tabel} dengan alpha 0,05 dapat dilihat dengan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$. n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.

$df_1 = 7-1 = 6$ dan $df_2 = 252-7 = 245$, maka diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,14$.

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai $f_{hitung} = 33,558$ lebih besar dari nilai $f_{tabel} = 2,14$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna.

Persamaan analisis rantai kausal kedua:

$$Y_2 = 0,048X_1 + 0,138X_2 + 0,282X_3 + 0,091X_4 + 0,094X_5 + 0,187Y_1 + 0,756$$

Keterangan:

Y_2 = Loyalitas Pengguna

Y_1 = Kepuasan pengguna

X_1 = Fitur Layanan

X_2 = Promosi

X_3 = Kemudahan Penggunaan

X_4 = Kualitas Informasi

X_5 = Kualitas system

6. KOEFISIEN DETERMINASI

Koefisien determinasi rantai kausal pertama digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi pengaruh seluruh variabel independen yaitu fitur layanan, promosi, kemudahan

penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas sistem terhadap variabel dependen kepuasan pengguna berdasarkan nilai R Square.

Tabel 6. Koefisien Determinasi Rantai Kausal Pertama

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.403	.391	1.334
a. Predictors: (Constant), TKS, TP, TFL, TKP, TKI				
b. Dependent Variable: TKPS				

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai *r square* sebesar 0,403 yang artinya koefisien determinasi rantai kausal pertama sebesar 40,3% sehingga dapat disimpulkan pengaruh seluruh variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas system terhadap variabel dependen kepuasan pengguna sebesar 40,3%, sedangkan sisanya 59,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

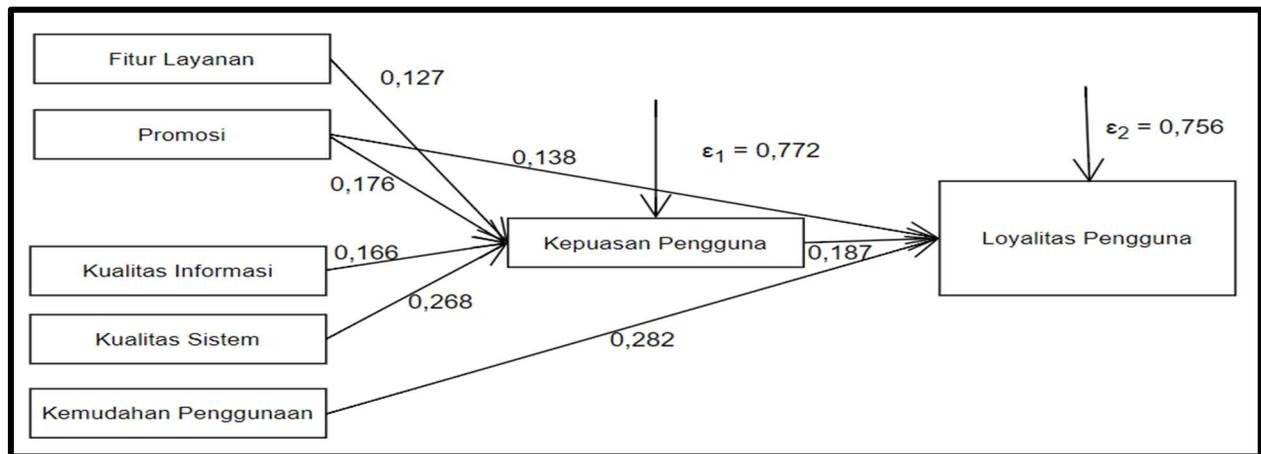
Error rantai kausal pertama adalah $\sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,403} = 0,772$.

Tabel 7. Koefisien Determinasi Rantai Kausal Kedua

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.654 ^a	.428	.414	1.674
a. Predictors: (Constant), TKPS, TFL, TP, TKS, TKP, TKI				
b. Dependent Variable: TLP				

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,428 atau 42,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem dan kepuasan pengguna mempengaruhi loyalitas pengguna sebesar 42,8% dan sisanya 57,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variable penelitian ini.

Error rantai kausal kedua $\sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,428} = 0,756$.



Gambar 2. Model Analisis Jalur Lengkap

Berdasarkan Gambar 2, diperoleh pengaruh tak langsung dan pengaruh total:

- a. Pengaruh tidak langsung:
 - 1) Pengaruh tidak langsung variabel fitur layanan terhadap loyalitas pengguna (melalui kepuasan pengguna) = $0,127 \times 0,187 = 0,023$
 - 2) Pengaruh tidak langsung variabel promosi terhadap loyalitas pengguna (melalui kepuasan pengguna) = $0,176 \times 0,187 = 0,032$
 - 3) Pengaruh tidak langsung variabel kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna (melalui kepuasan pengguna) = $0,166 \times 0,187 = 0,031$
 - 4) Pengaruh tidak langsung variabel kualitas sistem terhadap loyalitas pengguna (melalui kepuasan pengguna) = $0,268 \times 0,187 = 0,050$
- b. Pengaruh total
 - 1) Pengaruh total variabel fitur layanan terhadap loyalitas = $0,048 + 0,023 = 0,071$
 - 2) Pengaruh total variabel promosi terhadap loyalitas = $0,138 + 0,032 = 0,170$
 - 3) Pengaruh total variabel kualitas informasi terhadap loyalitas = $0,091 + 0,031 = 0,122$
 - 4) Pengaruh total variabel kualitas sistem terhadap loyalitas = $0,094 + 0,050 = 0,144$

7. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian mengenai Analisis Pengaruh Fitur Layanan, Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi My BCA, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 252 orang. Mayoritas responden wanita, berusia 26 – 30 tahun, pendidikan terakhir S1 dan Pekerjaan adalah pegawai swasta.
- b. Pada analisis rantai kausal pertama terdapat pengaruh secara parsial antara variabel fitur layanan, promosi, kualitas informasi dan kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- c. Pada analisis rantai kausal kedua, terdapat pengaruh secara parsial antara variable promosi, kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas pengguna. Sedangkan fitur layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna
- d. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna aplikasi My BCA.
- e. Terdapat pengaruh secara simultan antara fitur layanan, promosi, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas sistem dan kepuasan penggunaan terhadap loyalitas pengguna aplikasi My BCA.
- f. Terdapat pengaruh tidak langsung variabel fitur layanan terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebesar 0,023, pengaruh tidak langsung variabel promosi terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebesar 0,032, pengaruh tidak langsung variabel kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebesar 0,031, dan pengaruh tidak langsung variabel kualitas sistem terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna sebesar 0,050
- g. Terdapat pengaruh total variabel fitur layanan terhadap loyalitas sebesar 0,071, pengaruh total variabel promosi terhadap loyalitas sebesar 0,170, pengaruh total variabel kualitas informasi terhadap loyalitas sebesar 0,122 dan pengaruh total variabel kualitas sistem terhadap loyalitas sebesar 0,144.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cahyono, Rudi dan Sari, D.K. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Zoom dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Academia Open*, 7, 7-18. doi:10.21070/acopen.7.2022.2827
- [2] Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA. *Media Informatika*, 18(1), 42-61. doi:10.37595/mediainfo.v18i1.24
- [3] Ginting, D.B., dan Setiawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Citra Merek, Kepercayaan, dan Atribut Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Snapchat di Kota Bandung. *Media Informatika*, 17(2), 48-65. doi:10.37595/mediainfo.v17i2.10
- [4] Kartini, Iis, Wibowo, E.W., dan Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online pada Shopee. *Jurnal Lantera Bisnis*, 10(1), 58-66. doi:10.34127/jrlab.v10i1.423
- [5] Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Linkaja di Indonesia". *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), 201-209. Diambil kembali dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- [6] Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., & Nagari, O. P. (2022). "Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelayanan Shoppefood di Jakarta". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 18-28. doi:10.56127/jekma.v1i2.130