

# Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi Brimo Pada Mahasiswa STMIK Antar Bangsa Menggunakan Mobile Service Quality dengan Metode CSI

Arsyad Kurnia Rifki<sup>1</sup>, Annur Fajri<sup>2</sup>

**Abstract**— BRImo offers a variety of services that simplify banking transactions for its users. The issue addressed in this study arises from frequent system disruptions and numerous user complaints regarding the application's performance, particularly concerning access speed, as indicated by reviews on the Google Play Store. These issues have led to a decline in user interest in the BRImo application. Considering the ongoing complaints and less-than-satisfactory ratings, this research aims to assess user satisfaction with the BRImo application among students at STMIK Antar Bangsa. This study employs the Customer Satisfaction Index (CSI) method to measure the percentage of user satisfaction, with modified dimensions from Mobile Service Quality tailored to the focus of this research. Data were collected through a questionnaire consisting of 15 questions and involving 50 respondents. The collected data were tested for validity and reliability before being processed using the CSI method. The results of this study can be seen in the calculation of the CSI method, the percentage of user satisfaction is 75.78% and it can be stated that customers feel "Satisfied" with the service quality of the BRImo application.

**Intisari**— BRImo menyediakan berbagai layanan yang mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi perbankan. Permasalahan dalam penelitian ini timbul karena seringnya terjadi gangguan sistem pada aplikasi dan banyaknya keluhan pengguna mengenai performa aplikasi, khususnya dalam hal kecepatan akses, berdasarkan ulasan di Google Play Store. Hal ini menimbulkan penurunan minat pengguna terhadap aplikasi BRImo. Mengingat masih adanya keluhan dan rating yang kurang memuaskan, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi BRImo pada mahasiswa STMIK Antar Bangsa. Penelitian ini menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur persentase kepuasan pengguna, dengan memodifikasi dimensi yang terdapat pada Mobile Service Quality agar sesuai dengan fokus penelitian ini. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan total 15 pertanyaan yang melibatkan 40 responden. Data yang terkumpul diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah menggunakan metode CSI. Hasil dari penelitian ini terlihat dalam perhitungan metode CSI didapatkan hasil persentase kepuasan pengguna sebesar 75,78% dan dapat dinyatakan bahwa pelanggan merasa "Puas" terhadap kualitas layanan aplikasi BRImo.

**Kata Kunci**— BRImo, CSI, Kepuasan Pengguna, Mobile Banking, Mobile Service Quality.

<sup>1</sup> Teknik Informatika, STMIK Antar Bangsa, Jl. HOS Cokroaminoto, Kawasan Bisnis CBD Ciledug, Blok A5 No 29-36, Karang Tengah, Tangerang 15157 (telp: 021-50986099; email: [rifikurniaarsyad13@gmail.com](mailto:rifikurniaarsyad13@gmail.com))

<sup>2</sup> Sistem Informasi, STMIK Antar Bangsa, Jl. HOS Cokroaminoto, Kawasan Bisnis CBD Ciledug, Blok A5 No 29-36, Karang Tengah, Tangerang 15157 (telp: 021-50986099; e-mail: [nurfajri98@gmail.com](mailto:nurfajri98@gmail.com))

## I. PENDAHULUAN

Dunia teknologi informasi digital telah mengalami perkembangan pesat di era modern saat ini, dengan jumlah pengguna teknologi informasi yang terus meningkat secara signifikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Westland dan Clark dalam tulisan Venkatesh et al., bahwa terdapat kenaikan drastis jumlah pengguna sistem dalam organisasi. Perkembangan pesat teknologi informasi memungkinkan pengguna untuk mendapatkan akses terhadap informasi dengan lebih cepat, akurat, dan transparan. Namun demikian, membangun sistem informasi bukanlah hal yang sederhana, diperlukan rencana yang matang agar sistem tersebut dapat terintegrasi dan berjalan sesuai dengan kebutuhan [1]. Selain manfaat yang diberikan, pengembangan sistem informasi juga menghadapi tantangan kegagalan dalam penerapannya. Menurut Febrian Dhiya Ulhaq, kemajuan teknologi informasi sejalan dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Dengan pesatnya perkembangan teknologi ini, banyak perusahaan memperkuat performa mereka agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di berbagai aspek kehidupan [2]. Kehadiran smartphone yang kini telah menjadi bagian umum dari kehidupan sehari-hari juga merupakan salah satu indikator perkembangan teknologi informasi. Sektor perbankan pun ikut memanfaatkan perkembangan ini dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Mobile banking, sebagaimana diungkapkan oleh Asri Cahya Mandiri, diciptakan untuk mempermudah nasabah melakukan berbagai jenis transaksi perbankan melalui internet dan smartphone, terutama aplikasi yang bisa diunduh. Mirip dengan ATM, nasabah dapat memanfaatkan layanan ini untuk mengecek saldo, mentransfer dana antar rekening, hingga membayar tagihan bulanan (seperti listrik dan telepon) [3]. Keuntungan dari layanan ini meliputi penghematan waktu dan tenaga, bebas dari antrean, dan dapat dilakukan kapan saja selama terhubung dengan internet. Layanan ini menghadirkan berbagai fitur seperti pengecekan saldo, transfer antar bank, dan pembayaran tagihan yang sangat bermanfaat bagi nasabah maupun pihak bank itu sendiri [4]. Mobile banking mempermudah nasabah, yang sebelumnya harus mendatangi bank secara langsung untuk bertransaksi, kini cukup menggunakan smartphone dan internet. Pihak bank juga memperoleh keuntungan berupa pengurangan biaya operasional, khususnya untuk pembangunan kantor cabang baru. Selain itu, fitur yang mudah dipahami dan keamanan yang terjamin dapat menarik nasabah baru [5].

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank yang telah menyediakan layanan mobile banking. Pada tahun 2019, BRI meluncurkan aplikasi BRImo, sebuah pengembangan dari layanan mobile banking sebelumnya (promo.bri.co.id). BRImo

menawarkan berbagai kemudahan, salah satunya adalah fitur tarik tunai tanpa kartu ATM. Melalui aplikasi, pengguna cukup memilih nominal yang akan ditarik, memasukkan kata sandi, dan mendapatkan kode tarik tunai untuk digunakan di ATM BRI terdekat [6]. Meskipun menawarkan banyak keunggulan, aplikasi BRImo tidak terlepas dari berbagai masalah teknis yang memengaruhi pengalaman pengguna. Respon negatif yang ditemukan di Google Playstore, dengan rating 4,7 dari 5 bintang, menunjukkan adanya kendala seperti kesulitan autentikasi perekaman wajah, error pada sistem, dan penurunan minat penggunaan aplikasi. Dalam konteks mahasiswa STMIK Antar Bangsa, sebagai generasi muda yang aktif memanfaatkan teknologi, masalah ini menjadi perhatian khusus mengingat tingginya tingkat ketergantungan mereka pada layanan mobile banking dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo di kalangan mahasiswa STMIK Antar Bangsa dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Metode CSI digunakan karena dapat mengukur persentase kepuasan pengguna secara komprehensif dengan memperhatikan kepentingan dan kinerja setiap atribut layanan yang diberikan. Dalam penelitian ini, digunakan pula dimensi Mobile Service Quality yang telah dimodifikasi agar sesuai dengan fokus penelitian ini, yaitu untuk menilai kualitas layanan mobile banking pada aplikasi BRImo.

Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama dalam keberlanjutan perusahaan jasa, sebagaimana dinyatakan oleh Atik Kurnianto dan Howard Yadi Saud. Persaingan yang semakin ketat membuat penyedia layanan harus meningkatkan kualitas untuk memenuhi harapan pelanggan [7]. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Febrian Dhiya Ulhaq, metode Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi BRImo, sedangkan analisis Potential Gain in Customer Value (PGCV) digunakan untuk memberikan saran perbaikan berdasarkan peringkat atribut layanan. Kombinasi kedua metode ini efektif karena memanfaatkan indikator penelitian yang sama, dengan skala Likert untuk menilai kinerja dan harapan. Dengan metode CSI, tingkat kepuasan pengguna aplikasi BRImo mencapai 78,39%, yang termasuk dalam kategori "puas." Analisis PGCV kemudian mengelompokkan atribut layanan ke dalam tiga kategori: atribut yang memerlukan perhatian khusus, atribut yang perlu dipertahankan, dan atribut yang perlu ditingkatkan, masing-masing terdiri dari lima atribut. Implementasi metode ini diharapkan dapat membantu BRImo meningkatkan kualitas layanannya guna meningkatkan kepuasan pelanggan [2].

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan menggunakan customer satisfaction index. Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja pelayanan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut jasa tersebut. CSI banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan [5]. Menurut penelitian sebelumnya Made Nanda Pranat, Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepuasan dari atribut-atribut produk dan jasa. Kelebihan dari metode CSI adalah efisien (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi terkait

dengan atribut yang diinginkan) Metode CSI juga memiliki kekurangan yaitu tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut-atribut yang dihasilkan [8].

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pengembang aplikasi BRImo mengenai aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan. Dengan demikian, aplikasi BRImo dapat memberikan pengalaman yang lebih baik dan sesuai dengan harapan penggunaannya, terutama mahasiswa yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

### A. Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan aplikasi BRImo di kalangan mahasiswa STMIK Antar Bangsa. Tahapan yang dilakukan meliputi identifikasi masalah, studi literatur, penyusunan kuesioner, pengumpulan data, analisis data, dan evaluasi, dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

#### 1. Identifikasi Masalah

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRImo di kalangan mahasiswa STMIK Antar Bangsa dengan menggunakan metode CSI [9].

#### 2. Studi Literatur

Tahap ini berupa pengumpulan sebuah informasi. Studi literatur dapat berupa pencarian pada jurnal, buku, maupun referensi lain yang bersangkutan dengan penelitian yang dijalankan oleh peneliti. Setelah melakukan pengumpulan informasi, kemudian melakukan identifikasi masalah yang ada dalam penelitian dan menentukan tujuan masalah serta batasan-batasan dalam penelitian.

##### a. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan tanggapan yang diungkapkan oleh pengguna sistem setelah menggunakan sistem [10]. Dinyatakan puas apabila pengguna merasa senang dalam menggunakan sistem, sebaliknya dikatakan tidak puas jika pengguna menyatakan rasa kekecewaan dalam menggunakan sistem. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terdapat banyak cara pengukuran yang dapat dilakukan salah satunya menggunakan Customer Satisfaction Index [11][12].

##### b. BRIMO

BRImo merupakan pengembangan terbaru dari aplikasi BRI Mobile yang telah ada sebelumnya. Terdapat lebih dari 11 juta pengguna BRI Mobile dengan jumlah transaksi mencapai 575 juta sepanjang tahun lalu. BRImo merupakan aplikasi digital banking milik PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, meraih 2,2 juta pengguna hanya dalam 8 bulan sejak diluncurkan pada Februari 2019 yang lalu. BRImo menjadi andalan BRI untuk menggaet nasabah baru terutama dari kalangan milenial. Beberapa keunggulannya adalah kemudahan dalam pembukaan rekening BRI Britama Muda, login

dengan finger print/face recognition, dan akses info promo [13].

### 3. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner yang akan digunakan untuk melakukan pengumpulan data terdiri dari dua variabel. Yaitu variabel independen yang terdiri dari dimensi metode CSI sebagai alat menentukan kepuasan pengguna aplikasi BRIMO. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang ditanggung oleh pemakai aplikasi BRIMO.

### 4. Pengumpulan Data

Pengumpulan data kuantitatif diperoleh dari mahasiswa STMIK Antar Bangsa yang menggunakan aplikasi BRIMO dengan jumlah 40 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner bernilai skala 1-4 yang disebarluaskan yang disusun peneliti berdasarkan pada 5 dimensi metode CSI.

### 5. Analisis Data

Tahap analisis data diperoleh dari responden yang telah dihitung rata-ratanya. Dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index dan ditentukan tingkat kepuasannya berdasarkan lima variabel yang dimiliki oleh Metode Customer Satisfaction Index. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa [14].

### 6. Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan tahap akhir dari penelitian. Setelah dilakukan analisis data, hasil dari penelitian yang telah dianalisis menggunakan Metode Customer Satisfaction Index. Metode ini juga memberikan kesimpulan dan saran terhadap penelitian. Kesimpulan akan dilanjutkan dengan evaluasi terhadap sistem, komponen CSI manakah yang perlu diperbaiki.

### B. Kualitas Layanan Elektronik

Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan kumpulan layanan yang meliputi informasi produk atau jasa yang ditawarkan, distribusi, cara-cara pembelian atau purchase order, dan layanan keluhan bagi pelanggan. Semua layanan itu disediakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis atau usaha yang sistemnya sebagian besar berbasis online. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan kumpulan layanan yang meliputi informasi produk atau jasa yang ditawarkan, distribusi, cara-cara pembelian atau purchase order dan layanan keluhan bagi pelanggan yang disediakan oleh perusahaan yang memiliki bisnis atau usaha yang sistemnya sebagian besar berbasis online.

Model penelitian M-S-Qual dibagi menjadi 5 dimensi besar, kemudian 5 dimensi yang menjadi fokus pada pengembangan mobile-servicequality adalah dimensi efficiency, fulfillment, privacy, contact dan responsive. Adapun penjelasan dari masing-masing dimensi yaitu sebagai berikut :

- 1) Efficiency merupakan dimensi dari kualitas layanan elektronik mencakup pada kualitas kecepatan pengaksesan yang diberikan oleh aplikasi mobile. kualitas kecepatan pembayaran suatu transaksi, kecepatan dan ketepatan pemuatan halaman aplikasi mobile

- 2) Fulfillment Dimensi kedua yaitu fulfillment yang mencakup pada kemampuan aplikasi mobile dalam memastikan bahwa pengguna menerima nominal pembayaran transaksi sesuai dengan yang tercantum.

- 3) *Security/privacy* Dimensi ini mengacu pada kekhawatiran pelanggan terhadap potensi penyimpangan keamanan dan privasi. Adapun pihak penyedia jasa harus melindungi informasi pribadi pengguna dari bentuk penipuan dan pencurian serta jaminan dari keamanan akun aplikasi mobile.

- 4) Contact Dimensi ini mengacu pada keramahan pemberian saran dan kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam aplikasi mobile.

- 5) Responsive dimensi ini mengacu pada penyediaan nomor telepon untuk menghubungi perusahaan saat terjadi kendala dalam aplikasi mobile. Alasan Pemilihan model mobile service quality didasari dari ketepatan dan kesesuaian dengan objek penelitian yang dipilih. Model Mobile-service-quality tepat digunakan untuk studi kasus aplikasi mobile [2].

### C. Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI penting digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dicapai dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa [15].

Pada metode CSI, tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting aspek tersebut. Tingkat kepentingan ini tentu saja akan sejalan dengan tingkat harapan seseorang atas pelayanan suatu objek. Sedangkan tingkat kepuasan menunjukkan kepuasan konsumen/nasabah terhadap kinerja lembaga tersebut. Tingkat kepuasan ini tentu saja akan sejalan dengan kinerja lembaga tersebut, karena angka tingkat kepuasan ini ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan lembaga tersebut terhadap konsumen.

Tahapan pengukuran CSI adalah [17][18]:

- 1) Menghitung Mean Importance Scores, yaitu rata-rata atribut tingkat kepentingan.
- 2) Menghitung Mean Satisfaction Scores, yaitu atribut rata-rata tingkat kepuasan.

Pengukuran tingkat kepentingan (harapan) menggunakan Weighted Factor (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka persentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan Weighted Factor 100%.

Rumus:

$$WF = \frac{y_i}{\sum y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

WF = Weight Factor

$Y_i$  = rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke  $i$

$\sum y_i$  = jumlah rata-rata tingkat kepentingan (harapan) untuk atribut ke  $i$

Pengukuran tingkat Weighted Score (WS), yaitu nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja (kepuasan) masing-masing atribut dengan Weighted Factor masing-masing atribut.

Rumus:

$$WS = \frac{WF \times Xi}{100\%} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

WS = Weight Score

xi = rata-rata tingkat kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i

Mengitung Weighted Total (WT), yaitu menjumlahkan Weighted Total dari seluruh atribut kualitas jasa.

Rumus:

$$WT = \frac{\sum WF \times Xi}{100\%} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

WT = Weight Total

WF = Weight Factor

xi = Tingkat Kepuasan (kenyataan) untuk atribut ke i.

Menghitung kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan menggunakan Satisfaction Index (SI), yaitu Weighted Total dibagi skala maksimal yang digunakan dalam penelitian ini kemudian dikali 100.

Rumus:

$$SI = \frac{WT}{n} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

SI = Satisfaction Index

WT = Weight Total

n = jumlah skala maksimal dalam penelitian

**D. Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan memberikan kuesioner mengenai kepuasan pengguna terhadap aplikasi BRIMO. Kuesioner yang diberikan berbentuk google form dimana responden diminta untuk mengisi link yang telah diberikan sesuai dengan alternatif jawaban yang dipilih. Alternatif jawaban pada kolom menggunakan skala likert. Yang menerangkan : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) . Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen memiliki 5 instrumen yang merupakan dimensi dari metode CSI, sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dirasakan oleh pengguna aplikasi BRIMO [19]. Seperti pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Instrumen Penelitian (Kuesioner)

Variabel	Dimensi	Pernyataan
Independen (X)	Efficiency (X1)	Aplikasi BRImo merespons setiap perintah yang saya berikan dengan cepat.
		Saya mudah menemukan informasi atau fitur yang saya butuhkan di aplikasi BRImo.

Fulfillment (X2)	Aplikasi BRImo berhasil menyelesaikan transaksi saya tanpa masalah. Aplikasi BRImo memenuhi kebutuhan perbankan digital saya
Contact (X3)	Saya mudah mendapatkan bantuan dari layanan pelanggan BRImo saat menghadapi masalah. Saya puas dengan kualitas layanan pelanggan BRImo. Layanan pelanggan BRImo memberikan solusi yang memadai untuk masalah saya.
Privacy (X4)	Saya merasa aman menggunakan aplikasi BRImo terkait dengan perlindungan data pribadi saya. Saya percaya bahwa BRImo menjaga kerahasiaan informasi pribadi saya.
Responsive (X5)	Layanan pelanggan BRImo merespons pertanyaan atau keluhan saya dengan cepat. Saya puas dengan kecepatan penanganan masalah oleh layanan pelanggan BRImo Layanan pelanggan BRImo selalu tanggap terhadap kebutuhan saya.
Dependen (Y)	Kepuasan (Y) Aplikasi BRImo memenuhi harapan saya. Saya puas dengan pelayanan yang ada di aplikasi BRImo. Saya puas dengan aplikasi BRImo karena menyelesaikan transaksi dengan cepat.

**III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Analisis Statistik Deskriptif**

Uji analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan variabel pada penelitian. Pada Tabel 2 menampilkan hasil analisis Statistik Kuisisioner.

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Kuisisioner

Profil	Frekuensi	Presentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	19	47%
Laki-Laki	21	53%
<b>Usia</b>		
<18	0	0%
18-25	32	80%
26-35	8	20%
>35	0	0%
<b>Pekerjaan</b>		
Mahasiswa	32	80%
Karyawan swasta	8	20%
Wiraswasta	0	0%
Ibu rumah tangga	0	0%
Lainnya	0	0%

Tabel 2 menunjukkan data profil responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Pada penelitian ini 47% responden berjenis kelamin perempuan dan 53% berjenis kelamin laki-laki.

**B. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan agar dapat melakukan pengukuran instrumen variabel pada kuisioner. Uji validitas dengan cara Korelasi Product Moment Pearson. Pengujian dikatakan valid apabila nilai R-Tabel kurang dari nilai Pearson Correlation. Untuk memperoleh nilai r-tabel dari df (derajat kebebasan) adalah menggunakan rumus :

$$df = n - 2 \dots\dots\dots (5)$$

Dimana n merupakan jumlah sampel. Bisa dilihat pada Tabel 4. R Tabel bahwa  $df = 40 - 2 = 38$  berarti R Tabel yaitu 0,312 dengan taraf signifikan 0,05. Instrumen atau pernyataan dinyatakan valid apabila nilai R Hitung lebih besar daripada nilai R Tabel[20]. Dari hasil pengujian pada Tabel 3. Uji validitas didapatkan hasil bahwa nilai R Hitung seluruh instrumen mampu mencapai angka diatas R Tabel, hal ini menyatakan instrumen variabel yang digunakan dalam kuisioner penelitian ini bersifat valid. Seperti pada tabel 3 berikut ini :

**Tabel 3. Uji Validitas**

Butir Pernyataan	R hitung	r tabel	Keputusan
X1	0.806	0,312	Valid
X2	0.806	0,312	Valid
X3	1.000	0,312	Valid
X4	1.000	0,312	Valid
X5	1.000	0,312	Valid
X6	1.000	0,312	Valid
X7	0.768	0,312	Valid
X8	0.658	0,312	Valid
X9	0.586	0,312	Valid
X10	1.000	0,312	Valid
X11	1.000	0,312	Valid
X12	1.000	0,312	Valid
Y3	1.000	0,312	Valid
Y1	1.000	0,312	Valid

**Tabel 4. R Tabel**

N	DB	R
26	24	0,388
27	25	0,380
28	26	0,373
29	27	0,367
30	28	0,361
31	29	0,355
32	30	0,349
33	31	0,344
34	32	0,338
35	33	0,333
36	34	0,329
37	35	0,324
38	36	0,320

39	37	0,316
40	38	0,312

**C. Uji Realibitas**

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Uji tersebut masing- masing untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan instrument. Apabila nilai Cronbach's Alpha tidak lebih kecil atau setara dengan 0,6, maka dikatakan reliabel. Untuk memudahkan mengetahui tingkat konsisten kuisioner pada penelitian ini. Seperti pada tabel 5 berikut ini :

**Tabel 5. Tingkat Hubungan Reliabilitas**

No	Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,19	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,39	Rendah
3	0,40 – 0,59	Sedang
4	0,60 – 0,79	Kuat
5	0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 6 . Menunjukkan hasil keseluruhan variabel mempunyai hubungan pada tingkat sangat kuat. Seperti pada tabel 6 berikut ini :

**Tabel 6. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Jumlah	Instrumen Kriteria
efficiency	0,884	2	Sangat Kuat
Fulfillment	0,917	2	Sangat Kuat
Contact	0,815	3	Sangat Kuat
Privacy	0,917	2	Sangat Kuat
Responsive	0,804	3	Sangat Kuat
Kepuasan	0,804	3	Sangat Kuat

**D. Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Kuesioner menggunakan CSI**

Perhitungan data Customer satisfaction index (CSI) baru dapat dilakukan setelah mendapatkan jumlah responden yang di targetkan yaitu 40 responden. Perhitungan metode CSI nantinya diharapkan mampu untuk dapat mengukur sejauh mana tingkat kepuasan pengguna yang dirasakan oleh pengguna aplikasi BRImo berdasarkan dari indikator pertanyaan yang telah dibuat. Berikut adalah Langkah-langkah untuk menghitung Customer Satisfaction Index (CSI) adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut: menentukan Mean Importance Score (MIS), Mean Satisfaction Scores (MSS), Weight Factors (WF), Weight Score (WS), dan yang terakhir menentukan Customer Satisfaction Index (CSI). Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam lima kriteria dari Sangat Tidak Puas sampai dengan Sangat Puas[5].

Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) Seperti pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7. Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Butir Pertanyaan	MIS	MSS	WF	WS
X1	3.92	3.92	6.90	27.04
X2	3.95	3.95	6.95	27.45
X3	3.93	3.93	6.92	27.19
X4	3.90	3.90	6.87	26.79
X5	3.93	3.93	6.92	27.19
X6	3.90	3.90	6.87	26.79
X7	3.72	3.72	6.55	24.36
X8	3.68	3.68	6.48	23.84
X9	3.75	3.75	6.60	24.75
X10	3.68	3.68	6.48	23.84
X11	3.70	3.70	6.51	24.08
X12	3.68	3.68	6.48	23.84
Y1	3.68	3.68	6.48	23.84
Y2	3.70	3.70	6.51	24.08
Y3	3.68	3.68	6.48	23.84
<b>Total</b>	<b>56.80</b>			<b>378.92</b>

Pada tabel 7 didapatkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* yaitu 378,92 sehingga hasil tersebut diolah kembali menggunakan rumus CSI seperti berikut ini:

$$CSI = (378.92 : 5) \times 100\% = 75.78\%$$

Tabel 8. Kriteria Tingkat Kepuasan

NO	Nilai CSI (%)	Keterangan
1.	81% - 100%	Sangat Puas
2.	66% - 80.99%	Puas
3.	51% - 65.99%	Cukup Puas
4.	35% - 50.99%	Kurang Puas
5.	0 - 34.99%	Tidak Puas

Berdasarkan hasil perhitungan akhir metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dapat dilihat Indeks Kepuasan Pengguna (*Customer Satisfaction Index* atau *CSI*) diperoleh sebesar 75.78%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa STMIK Antar Bangsa “Puas” terhadap pelayanan yang diberikan oleh aplikasi BRIMO.

#### IV. KESIMPULAN

Pada perhitungan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* didapatkan nilai hasil persentase kepuasan pelanggan sebesar 75.78%, jika dilihat menurut skala CSI hasil tersebut dikategorikan bahwa mahasiswa STMIK Antar Bangsa merasa “Puas” terhadap layanan BRIMO secara keseluruhan. Hasil perhitungan kepuasan pelanggan tersebut berdasarkan pada perspektif pengguna BRIMO. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh, maka saran dari penelitian ini adalah pihak Bank BRI perlu melakukan perbaikan kualitas pelayanan, khususnya terhadap atribut-atribut yang memiliki skor rata-rata tingkat kepuasan yang paling rendah dan atribut yang memiliki skor rata-rata tingkat kepentingan yang paling tinggi. Hal tersebut perlu dilakukan demi tercapainya kepuasan pengguna.

#### REFERENSI

- [1] D. Tarigan and K. D. Hartomo, “Evaluasi Keamanan Fitur Tarik Tunai Cardless pada Aplikasi BRIMO Menggunakan PIECES,” vol. 19, no. 2, pp. 153–166, 2022.
- [2] Febrian Dhiya Ulhaq, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP LAYANAN APLIKASI BRIMO MENGGUNAKAN METODE SQUAL DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN POINT GAIN IN CUSTOMER VALUES (PGCV),” 2022.
- [3] A. Mandiri, E. Yanto, and E. Metekohy, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo),” Account, vol. 8, no. 1, pp. 1423–1430, 2021.
- [4] P. Ayu Tiha Paramita Pika, K. Darmaastawan, and J. Indira Dewiningrat, Ayu Jacob Paul Latupeirissa, “Antesenden Minat Menggunakan Bri Mobile (Brimo) Pada Nasabah Bri Kantor Cabang Sesetan, Denpasar,” J. Akunt. dan Pajak, vol. 22, no. 22, pp. 1–13, 2022.
- [5] D. S. N. Siahaan and F. Agustini, “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED),” J. Bus. Econ. Res., vol. 2, no. 1, pp. 13–19, 2021.
- [6] Y. Oktapiani, M. Rosario, and A. Nehemia, “Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM),” Ilm. Mhs. Sist. Inf., vol. 2, no. 3, pp. 249–260, 2020.
- [7] A. Kurnianto and H. Yadi Saud, “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE CSI (CUSTOMER SATISFACTION INDEX) DAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY)(Studi Kasus: Cuci Mobil Tirta Kencana),” J. Sains Teknol., vol. XI, no. 2, pp. 81–88, 2021.
- [8] M. N. Pranata, A. Hartiati, and C. A. B. Sadyasmara, “Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI),” J. Reayasa Dan Manaj. Agroindustri, vol. 7, no. 4, p. 594, 2019.
- [9] D. N. Teddy Chandra, “Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Method in ‘Jakarta’ Optical Pekanbaru,” Teddy Chandra, Novia Devy, vol. 7, no. 2, pp. 125–139, 2019.
- [10] Z. Fahmi and D. S. Canta, “ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI E-NON PNS DENGAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX FRAMEWORK,” vol. 2, no. 4, pp. 352–360, 2022.
- [11] R. K. Umam, N. P. Hariastuti, I. Teknologi, and A. Tama, “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa),” Pros. Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap., vol. 0, no. 0, pp. 339–344, 2018.
- [12] O. J. Harmaja, W. Purba, M. P. Siregar, H. T. Manurung, and F. A. Sirait, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi),” J. Tek. Inf. dan Komput., vol. 5, no. 1, p. 147, 2022.
- [13] A. F. I. H. dkk Widya Indah Maghfiroh, “PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST DAN E-SATISFACTION TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA BRI MOBILE (BRIMO),” SENTRI J. Ris. Ilm., vol. 1, no. 3, pp. 17–34, 2022.
- [14] A. Nuriyana and A. Hermawansyah, “Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Terhadap Kepuasan Layanan Pengiriman Barang pada Aplikasi Shopee Indonesia,” J. Impresi Indones., vol. 1, no. 4, pp. 414–424, 2022.
- [15] A. A. Trinoto and A. Zamakhsari, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Aplikasi Pelayanan Pelanggan dengan Metode CSI dan ServQual,” STRING (Satuan Tulisan Ris. dan Inov. Teknol., vol. 5, no. 3, p. 342, 2021.
- [16] H. R. Amri, R. T. Subagio, and Kusnadi, “Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen,” J. Sist. Cerdas, vol. 3, no. Asosiasi Prakarsa Indonesia Cerdas, pp. 241–252, 2020.
- [17] F. D. Syakuron and D. Sidiq, “Penerapan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Kualitas Pelayanan Puskesmas Cipayung Kota Depok Application of Customer Satisfaction Index (Csi) and Importance Performance Analysis (Ipa) Methods O,” vol. 9, no. 2, pp. 307–313, 2022.
- [18] A. R. Aditya Nalendra, B. Givan, and I. Sari, “Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI,” J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis, vol. 4, no. 2, pp. 294–306, 2020.

- [19] Singasatia dayan marselina lusiana, kaniawulan ismi, "ANALISIS KESUKSESAN APLIKASI BRIMO DENGAN PENDEKATAN MODEL DELONE AND MCLEAN," J. Inform. Teknol. dan sains, vol. 4, no. 3, pp. 193–198, 2022.
- [20] A. F. Hadining, "Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance



Arsyad Kurnia Rifki, lahir di Bekasi pada tanggal 07 Mei 2003. Memiliki hobi membaca dan menulis. Saat ini aktif sebagai mahasiswa program studi teknik informatika, semester 4 di STMIK Antar Bangsa.



Annur Fajri. Lahir di Taluk Kuantan pada tahun 1977. Lulus Sarjana Pendidikan Agama Islam di UNIDA Gontor pada tahun 2002. Lulus Magister Educational Administration di International Islamic University Malaysia (IIUM) pada tahun 2012. Pada tahun 2019 lulus program Doktorat Magister Educational Administration di International Islamic University Malaysia (IIUM) juga. Saat ini aktif sebagai Dosen Tetap di STMIK Antar Bangsa. Aktif juga sebagai peneliti dan penulis jurnal ilmiah nasional maupun internasional. Aktif juga sebagai pengurus di Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (APTISI).