

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI
JENIUS BTPN DILIHAT DARI UNSUR PRODUK, HARGA, DAN
PROMOSI SEBAGAI PENGENALAN IDE BARU DIGITAL
BANKING
(STUDI KASUS MASYARAKAT SURABAYA)**

***ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AS BTPN APPLICATION
USERS SEEN FROM PRODUCT ELEMENTS, PRICES, AND PROMOTIONS
AS INTRODUCTION TO THE NEW IDEAS OF DIGITAL BANKING
(CASE STUDY OF SURABAYA COMMUNITY)***

AGUNG DWI NUGROHO

STIE Mahardhika Surabaya, agungdwinugroho75@gmail.com

Info Artikel (11 pt)	Abstrak (11 pt)
Diterima Mei 19, 2020 Direvisi Agustus 28, 2020 Dipublikasi Oktober 29, 2020	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi menggunakan aplikasi Jenius BTPN Di Surabaya, dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane diperoleh sampel sebanyak 60 responden. menggunakan analisis data regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS sebagai pengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 37%. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 26.9%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 33.3%. Produk, Harga dan Promosi secara bersama – sama berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan unsur Produk sebagai variabel dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen
Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan	Abstract (11 pt) <i>This study uses a quantitative research method with a population using the Jenius BTPN application in Surabaya, using the formula from Taro Yamane, a sample of 60 respondents was obtained. using multiple linear regression data analysis with the help of SPSS</i>
Keywords : <i>Products, Prices, Promotions, Customer Satisfaction</i>	

software as a data processor. The results showed that the product has a dominant effect on customer satisfaction of users of the BTPN Jenius Application as an Introduction to New Digital Banking Ideas, with an effect value of 37%. Price has a significant effect on customer satisfaction of the Jenius BTPN application users as an introduction to new digital banking ideas, with an effect value of 26.9%. Promotion has a significant effect on customer satisfaction of the Jenius BTPN application users as an introduction to new digital banking ideas, with an effect value of 33.3%. Products, prices and promotions simultaneously have a simultaneous effect on customer satisfaction of users of the Jenius BTPN application as an introduction to new digital banking ideas, with the product element as the dominant variable influencing customer satisfaction

PENDAHULUAN

Di dalam memperhatikan perkembangan usaha perbankan, setiap perbankan dapat diketahui mempunyai strategi, dan cara agar lembaganya dapat menjadi lebih maju dan mengalami keberhasilan. Kemajuan dunia perbankan yang dimaksud, ditentukan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah adanya kemudahan teknologi, sehingga menjadikan akses perbankan jauh lebih mudah dan luwes kinerjanya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju telah membawa perubahan yang besar terhadap kehidupan, dan termasuk di dunia perbankan.

Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya pengganda, artinya bahwa kemajuan teknologi akan menyebabkan kemajuan pula di bidang lainnya, yang salah satu bidang tersebut adalah dalam sistem tata cara pembayaran. Sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi yang demikian pesat, pola dan sistem pembayaran dalam transaksi keuangan terus mengalami perubahan.

Penerapan Teknologi Informasi (TI) dalam dunia perbankan sangat membantu bank dalam memberikan layanan perbankan kepada nasabahnya, Contohnya mesin ATM. (*Automated Teller Machine*) ATM pertamakali ditemukan oleh Donald C. Wetzel asal Amerika Serikat pada tahun 1968. Saat ini pengaplikasian Teknologi Informasi (TI) dalam dunia perkembangannya bukan hanya mencakup ATM saja. Namun juga hal-hal lainnya seperti *Internet Banking*. *Interconnection Network* (internet) adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Internet berasal dari bahasa latin “*inter*” yang berarti “antara”. Internet merupakan jaringan yang berdiri dari milyaran komputer yang ada diseluruh dunia. Perbankan Elektronik (*E-banking*) yang juga dikenal dengan istilah internet banking ini adalah melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.

Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan internet banking merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan *service* cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/notebook, PDA, dan sebagainya. Dunia perbankan dalam memberikan kualitas pelayanan harus memenuhi kriteria kualitas pelayanan yaitu: *Efficiency* (kemampuan pelanggan untuk mengakses website), *Reliability* (Kehandalan), *fulfillment* (Akurasi Janji Layanan), *Privacy* (Keamanan).

Tabel 1. Pengguna Jasa Internet Indonesia Tahun 2016

Provinsi	Pengguna jasa internet	(%)
Sumatera	20.742.185	15,7
Jawa	86.339.350	65
Bali&Nusa	6.148.796	4,7
Kalimantan	7.685.992	5,8
Sulawesi	8.454.592	6,3

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2016

Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2016 adalah 132,7 juta user atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di Pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 user atau sekitar 65% dari total penggunaan internet. Perkembangan teknologi informasi serta telekomunikasi dan internet menyebabkan munculnya aplikasi bisnis yang berbasis internet salah satunya yang mendapat perhatian e-banking. *E-banking* adalah aktivitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi atau sebuah layanan jasa yang mempermudah nasabah dalam melakukan aktivitas bertransaksi, karena adanya kemudahan, kenyamanan menggunakan e-banking, maka adanya peningkatan transaksi menggunakan layanan e-banking setiap tahunnya sebagai berikut:

Tabel 2. Data Transaksi E-banking (Dalam Miliar)

Tahun	Transaksi Pengguna
2012	3,79M
2013	4,73M
2014	5,69M

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan 2015

Ditahun 2012 transaksi pengguna e-banking sebesar 3,79 Miliar, pada tahun 2013 terjadi peningkatan yang pesat sebesar 4,73 Miliar peningkatan tersebut dipengaruhi oleh pengguna internet yang meningkat karena adanya trend belanja *online*, adapun keunggulan layanan e-banking bagi nasabah adalah dapat bertransaksi dimana saja dan kapan saja, efisien waktu dan biaya, aman karena dilengkapi dengan *security user id* dan menjamin keamanan dengan

menggunakan *keytoken* alat tambahan untuk mengamankan transaksi. Demikian pula dengan adanya layanan e-banking selama 24 jam atau selama bank online nasabah tidak usah lagi pergi ke teller atau menggunakan bank pula, cukup dengan adanya internet nasabah sudah bisa menggunakan layanan e-banking, sehingga akan timbul rasa aman dan nyaman ketika bertransaksi, hal ini terjadi kepada nasabah PT Bank Tabungan Pensiun Nasional di Surabaya.

Aktivitas perbankan kini dapat dilakukan bermodal ponsel. Salah satu inovasi dari teknologi yang dimanfaatkan bank tersebut yaitu Jenius BTPN dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, Jenius BTPN ini terbilang paling cepat. Jenius BTPN ini menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu genggam. Semakin populernya transaksi via ponsel maka harapan pemerintah untuk mengurangi penggunaan uang tunai (*less cash society*) tidak lama lagi akan terwujud. Bukanlah suatu hal yang mengherankan jika perbankan berlomba-lomba untuk mengembangkan layanan ini.

Jenius BTPN ini secara luas dapat diartikan sebagai kemampuan memanfaatkan fasilitas ponsel untuk mengakses rekening yang dimiliki, sehingga memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan pada ponsel tersebut. Pemanfaatan ponsel semakin canggih tersebut ternyata memberikan kemudahan dalam pelayanan perbankan. Nasabah tidak perlu lagi mengantri di counter bank untuk menabung, mengambil uang, membayar tagihan, mentransfer, serta membuka rekening. Nasabah cukup menggunakan aplikasi Jenius BTPN, mereka dapat merasa nyaman dengan pelayanan yang cepat. Dalam upaya membantu mengatur finansial nasabah, Jenius sebagai layanan perbankan terbaru dari BTPN berkomitmen untuk memberi pelayanan istimewa bagi nasabah.

Jenius adalah aplikasi perbankan yang dilengkapi kartu debit visa untuk aktivitas perbankan milik BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional). Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur menarik yang memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi perbankan melalui hanya dalam satu aplikasi. Salah satunya adalah bebas biaya tarik tunai di ATM Bersama/Prima, bebas biaya admin perbulan, dan bebas biaya transfer antar bank.

Dengan aplikasi ini semua orang dapat membuka rekening bank tanpa harus datang ke kantor cabang, tanpa saldo minimal awal, juga tanpa saldo yang mengendap cukup hanya dengan KTP dan *download* aplikasinya, Jenius meminimalisirkan aktivitas perbankan yang kaku. Jika pada saat blokir kartu, kita harus pergi ke teller dan antri. mendaftarkan rekening bank agar bisa digunakan untuk transaksi juga dengan antri, jenius hanya butuh akses penuh dalam smartphone nasabah untuk aktivitas perbankan.

Jenius bisa di bilang menawarkan “hampir” semua kebutuhan transaksional sehari-hari, beberapa kelebihan yang tidak bisa diberikan oleh bank konvensional lain. Jenius sendiri sudah ada sejak 2 tahun yang lalu. Namun, disurabaya baru masuk pada bulan Mei 2018. Di bawah naungan BTPN, jenius adalah lini bisnis BTPN yang terbaru.

Melihat dari fenomena jaman sekarang, teknologi yang semakin berkembang pesat. Setiap saat dikembangkan perangkat-perangkat baru untuk mendukung kemudahan hidup manusia. Infrastruktur teknologi yang berkembang pun terasa bukan lagi sekedar pelengkap semata, namun sudah menjadi kebutuhan.

Dan m-banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Adanya layanan tersebut diharapkan dapat memuaskan nasabah dalam mengelola aktifitas keuangannya. Pengembangan yang dilakukan perbankan tidak hanya semata-mata mencoba peruntungan saja, melainkan hal tersebut dibutuhkan karena pertumbuhan pengguna smartphone

yang meningkat pesat di Indonesia. Menurut Thomas Jul selaku presiden Ericsson Indonesia juga menyampaikan pada rapatnya penetrasi smartphone di pada tahun 2015 sebanyak 38% dan diperkirakan hingga 2021 akan meningkat menjadi 98%. Thomas Jul juga menyampaikan Indonesia merupakan negara tertinggi di Asia Tenggara, tercatat dengan hampir 100 juta pengguna di tahun 2015 dan diprediksi tumbuh 250 juta pelanggan smartphone diakhir 2021.

Hasil di atas berbanding lurus dengan penetrasi penggunaan internet di Indonesia. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kepuasan nasabah dalam merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan bank BTPN agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan dimana harus berdasarkan pada asas kepercayaan, masalah kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bank.

Fenomena yang dihadapi oleh PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional disurabaya didalam memberikan pemenuhan kualitas pelayanan kepada nasabah yang sampai saat ini belum terpenuhi sesuai dengan harapan pelanggan dan selalu menuai kritikan dari nasabah untuk memperbaiki layanan yang belum berorientasi pada kualitas layanan. Bukti bahwa kualitas layanan kurang dirasakan oleh nasabah yaitu rendahnya tingkat kualitas layanan berupakualitas teknologi, *Efficiency*, *Fulfillment*, *Realibility*, dan *Privacy*. Keberhasilan organisasi dalam memberikan layanan kepada nasabah merupakan pencerminan atas kinerja layanan yang ditunjukkan oleh pihak provider terhadap nasabah.

Jenius adalah aplikasi perbankan yang dilengkapi kartu debit visa untuk aktivitas perbankan milik BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional). Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur menarik yang memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi perbankan melalui hanya dalam satu aplikasi. Salah satunya adalah bebas biaya tarik tunai di ATM Bersama/ Prima, bebas biaya admin perbulan, dan bebas biaya transfer antar bank.

PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 3. Hasil Penelitian yang Relevan

No	Variabel	Peneliti	Sumber	Hasil penelitian
1	Harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian .	Iful Anwar, Metode Survei, Sampel Konsumen Showroom Maxim Housewares.	Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4, No. 12, Desember 2015	Variabel harga berpengaruh signifikan dan negatif. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif.
2	Promosi, kualitaspe layanan,	Denny Daud, Metode	Jurnal EMBA Vol.1 No.4	Variabel promosi dan kualitas pelayanan

	Terhadap	Survei, Sampel		
3	Keputusan Konsumen	konsumen PT Bess Finance Manado.	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 8 No.1. Februari 2014	Mempunyai pengaruh positif dan signifikan

Sumber : Data Diolah Peneliti 2019

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Iful Anwar(2015) yaitu terletak pada variable penelitian dimana dalam penelitian ini menambahkan variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan promosi serta tidak menggunakan variable kualitas pelayanan. Dan obyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Moch Suhir (2014) yaitu terletak pada variable penelitian dimana dalam penelitian ini menambahkan variabel harga dan variable promosi serta tidak menggunakan variable persepsi resiko. Dan obyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Denny Daud(2013) yaitu terletak pada variable penelitian dimana dalam penelitian ini menambahkan variabel harga, variable persepsi kemudahan, dan variable persepsi kemanfaatan serta tidak menggunakan variable kualitas pelayanan. Dan obyek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Surakarta

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015 : 135) Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah subjek yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan pada penggunabaru Aplikasi Jenius BTPN yang berjumlah 150 pengguna di bulan Mei 2019.

Menurut Sugiyono (2015:116) Sempel adalah Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane dalam Ridwan (2011: 44) yaitu sebagai berikut :

Volume 5 No.3, Oktober2020

$$n = N / (N \cdot d^2 + 1)$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d² = Presisi yang ditetapkan

.Berdasarkan rumusan di atas , jumlah sampel yang yang diperoleh untuk penelitian ini dengan nilai presisi yang ditetapkan sebesar 10% yaitu sebagai berikut:

$$N = 150 / (150(10\%)^2 + 1) = 60$$

Maka sampel yang diambil sebesar 60 orang. Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik yang diambil yaitu purposive sampling. Menurut Sugiyono (2013: 118) Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan penelitian yaitu Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi JENIUS BTPN dilihat dari variabel Produk, Harga, Dan Promosi Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking (Studi Kasus Masyarakat Surabaya). Definisi operasional pada penelitian adalah unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Ada tiga variabel yang digunakan yaitu variabel independen variabel dependen.

Variabel independen

Variabel ini sering di sebut sebagai variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

- 1) Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.
- 2) Harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus konsumen bayarkan untuk mendapatkan suatu produk..
- 3) Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkan konsumen atas produk yang ditawarkan oleh produsen atau penjual

Variabel ini sering di sebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi

Agung dwi Nugroho

variable terikat adalah Kepuasan Konsumen. kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Produk (X1)	1.Kinerja 2.Fitur 3.Eстетika 4.Kualitas	1. Aplikasi Jenius BTPN mempunyai kinerja yang baik 2. Aplikasi Jenius BTPN mempunyai fitur yang bermacam-macam 3. Aplikasi Jenius BTPN mempunyai tampilan yang menarik 4. Aplikasi Jenius BTPN mempunyai jaringan yang berkualitas
2	Harga (X2)	1.Keterjangkauan Harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas 3.Kesesuaian Indikator Harga dengan manfaat 4.Harga sesuai dengan daya saing	1. Dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN dapat memperoleh barang yang memiliki harga terjangkau 2. Dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN dapat memperoleh barang yang sesuai dengan kualitas 3. Dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN dapat memperoleh barang yang harganya sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan 4. Dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN dapat memperoleh barang yang lebih murah daripada dengan yang lain.
3	Promosi (X3)	1.FrekuensiPromosi 2.KuantitasPromosi 3.WaktuPromosi 4.KetepatanPromosi	1. Aplikasi Jenius BTPN sering memberikan promosi kepada pengguna 2. Aplikasi Jenius BTPN memberikan jumlah promosi yang lumayan besar 3. Aplikasi Jenius BTPN memberikan promosi sesuai dengan keinginan konsumen 4. Aplikasi Jenius BTPN memberikan promosi tepat sasaran
4	Kepuasan Konsumen (Y)	1.Membeli lagi 2.Mengatakan hal baik	1. Saya akan terus menggunakan Aplikasi Jenius BTPN 2. Saya akan merekomendasikan Aplikasi Jenius BTPN kepada orang lain 3. Saya tidak terlalu memperhatikan

		tentangper usahaan 3.Kurang memperha tikan aplikasi yang lain 4.Membeli produk lain dari perusaha n yang sama	Aplikasi pembayaran selain aplikasi Jenius BTPN 4. Saya akan terusmelakukanpembayarandenganAplikasiJen ius BTPN
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : data diolahpeneliti, 2019

Adapun pengukuran variable dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013:267), validitas merupakan derajat ketetapan antara dua data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kotak tabel korelasi. Jika angka korelasi suatu pertanyaan tersebut signifikan, hal ini berarti pertanyaan tersebut memiliki validitas konstan. Sebaliknya jika angka korelasi berada di bawah angka kritis, maka pertanyaan tersebut tidak signifikan yang berarti tidak valid. Ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis. Menurut Suyuti item pernyataan dan pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standart yaitu 0,3. Menurut Sugiono bila kolerasi setiap factor positif dan besarnya 0,3 keatas maka factor tersebut merupakan construct yang kuat.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan Alpha Cronbach’s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach’s 0 sampai 1. Menurut Triton dalam Sugiyono (2011) jika skala itu dikelompokkan kedalam lima belas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai alpha Cronbach 0,00s.d. 0,20, berarti kurang reliable
2. Nilai alpha Cronbach 0,21s.d. 0,40, berarti agak reliable
3. Nilai alpha Cronbach 0,41s.d. 0,60, berarti cukup reliable

Agung dwi Nugroho

4. Nilai alpha Cronbach 0,61s.d. 0,80, berarti reliable
5. Nilai alpha Cronbach 0,81s.d. 1,00, berarti sangat reliable

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variable dikatakan baik jika memiliki Alha Cronbach's $>$ dari 0,60. Menurut Suyuthi, kuesioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrument dalam suatu penelitian dilakukan karena keterangan dalam instrument berkaitan dengan keajejan dan taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Imam Ghozali (2016:154) tujuan uji normalitas adalah:

“Untuk mengetahui apakah data pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali”.

Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametric tidak dapat digunakan. Untuk mengetahui data itu normal atau tidak, salah satunya dapat diketahui dengan melakun pendekatan kolmogorov-smimov yang dipadukan dengan kurva Q-Q Plots. Ketentuan adalah jika propabilitas lebih besar dari level signifikan (α) maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai sig atau signifikan atau nilai propabilitas $>$ 0,05 distribusi adalah normal (simetris).

Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2016:103) tujuan uji multikolonieritas adalah: “Untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orgonal. Variabel orgonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol”.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji multikolinieritas adalah:

- 1) Jika antar variabel bebas pada korelasi diatas 0,90, maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
- 2) Multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, Jika $VIF < 10$ maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas
- 3) Nilai Eigen Value berjumlah satu atau lebih, jika variabel bebas mendekati 0 menunjukkan adanya multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi diantara anggota observasi yang terletak berderetan, biasanya terjadi pada data time series. Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

Agung dwi Nugroho

1.1,65 <DW <2,35 maka tidak ada autokorelasi

2.1,21 <DW < 1,65 atau 2,35 < DW < 2,79 maka tidak dapat disimpulkan DW < 1,21 atau DW > 2,79 maka terjadi autokorelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh variabel produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.

Berdasarkan pengujian partial (uji t) dengan menggunakan software SPSS yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai sig 0.001, nilai tersebut < 0.050, maka dapat disimpulkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 37%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, jadi hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk Aplikasi Jenius BTPN yang memiliki kinerja yang baik serta fitur yang bermacam-macam mampu membuat konsumen merasa puas dan terus ingin melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi tersebut. Arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila nilai produk mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan pula, sebaliknya apabila nilai produk mengalami penurunan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan.

Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.

Berdasarkan pengujian partial (uji t) dengan menggunakan software SPSS yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai sig 0.021, nilai tersebut < 0.050, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 26.9%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, jadi hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN, konsumen akan mendapatkan harga barang yang sesuai dengan manfaat serta konsumen dapat memperoleh barang yang berkualitas dengan harga yang sesuai sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila nilai harga mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan pula, sebaliknya apabila nilai harga mengalami penurunan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan.

Pengaruh variable promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.

Berdasarkan pengujian partial (uji t) dengan menggunakan software SPSS yang telah dilakukan di atas, diperoleh nilai sig 0.009, nilai tersebut < 0.050, maka dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan nilai pengaruh sebesar 33.3%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti, jadi hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan Aplikasi Jenius BTPN,

konsumen akan mendapatkan promosi yang sesuai dengan harapan konsumen, seperti frekuensi promosi yang sering terjadi pada aplikasi Jenius BTPN akan memberikan dampak yang sangat baik terhadap kepuasan konsumen. Arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa apabila nilai promosi mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan pula, sebaliknya apabila nilai promosi mengalami penurunan maka kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan.

Pengaruh secara simultan variabel produk, harga dan promosi mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.

Berdasarkan pengujian simultan (uji F) dengan menggunakan software SPSS yang telah dilakukan di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 18.744 dengan nilai probabilitas (sig) 0.000, karena nilai sig < 0.05 maka Produk, Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan oleh peneliti, jadi hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Produk aplikasi Jenius BTPN, Harga barang yang dapat dibayarkan melalui aplikasi serta promosi yang sering dilakukan oleh pihak aplikasi Jenius BTPN dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan konsumen untuk terus menggunakan Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk berpengaruh secara dominan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking.
4. Produk, Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi Jenius BTPN Sebagai Pengenalan Ide Baru Digital Banking, dengan Produk sebagai variabel dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Asraf. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*. Jurnal Apresiasi Ekonomi.

Agung dwi Nugroho

- Azman, H. A. (2019). *Pengaruh Push and Pull Factors terhadap Kunjungan Wisatawan di Bukittinggi*. Jurnal Benefita, 182-195.
- Brian Kee Mun Wong, G. M. (2017). Malaysia My Second Home: *The Influence of Tourism Management*.
- Cheriatna. (2018). *Laris Manis Wisata Halal*. Jakarta.
- I Gede Pitana, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Irianto, Y. (2017). *Pengaruh Faktor Pendorong dan Penarik Terhadap Minat Kembali Wisatawan dengan Kepuasan Destinasi sebagai Mediator*.
- Jaelani, A. (2017). *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*. International Review of Management and Marketing.
- Latan, I. G. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*. Jurnal Hukum Islam.
- Ni Wayan Ana Prandya Dewi, M. S. (2017). *Faktor Pendorong dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri*. Jumpa.
- Putri, L. A. (2018). *Analisis Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen Produk Kosmetik Halal, Agama sebagai variabel Moderator*.
- Siripen Yiamjanya, K. W. (2014). *International Tourists' Travel Motivation by Push-Pull Factors and The Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice*. International Journal of Humanities and Social Sciences.
- Suherlan, A. (2015). *Persepi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism*. The Journal of Tauhidinomics.
- Tewfik Mohammed Hazaea Hasan, A. P. (2018). *The Influence of Travel Motivation on Satisfaction and Intention to Visit Trengganu*. International Journal of Engineering and Technology, 480-483.
- Widagdyo, K. G. (2015). *Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*. Jurnal of Tauhidinomics.