

# Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN

Sri Nawangsari <sup>\*1</sup>, Sarah Nabila Iswah <sup>2</sup>

Universitas Gunadarma; Jl. Margonda Raya No.100 Depok

email: <sup>\*1</sup>snsari@staff.gunadarma.ac.id, <sup>2</sup>Sarahnabilla.10@gmail.com

## Abstrak

Ada beberapa bank yang masih menggunakan metode konvensional, yaitu pelayanan kepada nasabah yang datang ke bank secara langsung untuk melakukan transaksi. Hal tersebut sebenarnya menimbulkan ketidakefisienan karena membuat waktu yang tersita cukup banyak. Dengan alasan itulah maka Bank BTPN menawarkan layanan yang dapat membantu mengurangi kerumitan metode konvensional tersebut dengan mengembangkan solusi inovatif dan teknologi informasi, salah satu yang kini merajai merupakan inovasi terbaru dalam bidang keuangan yaitu Fintech melalui Digital Banking atau Layanan Digital Perbankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi, manfaat, kemudahan dan fitur layanan terhadap minat ulang dan kepuasan pada pengguna aplikasi Jenius bank BTPN.

Alat analisis yang digunakan adalah Analisa Peth, dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi Jenius Bank BTPN dengan jumlah sampel 200 responden. Terlebih dahulu data di uji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas sedangkan untuk melihat pengaruh dengan uji t dan diolah menggunakan SPSS Ver. 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh teknologi informasi, kemudahan, manfaat dan fitur layanan terhadap kepuasan konsumen, serta adanya minat untuk menggunakan kembali aplikasi jenius bank BTPN.

**Kata Kunci** : Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepuasan nasabah, dan Minat Ulang

## Abstrak

There are several banks that still use conventional methods, namely services to customers who come to the bank directly to make transactions. This actually creates inefficiencies because it takes a lot of time. For this reason, Bank BTPN offers services that can help reduce the complexity of conventional methods by developing innovative solutions and information technology. One of which now dominates is the latest innovation in the financial sector, namely Fintech through Digital Banking or Digital Banking Services The purpose of this study is to determine the effect of information technology, perceived usefulness, perceived convenience and service features on re-interest and satisfaction with users of the Jenius bank BTPN application.

he analytical tool used is Peth Analysis, where the population in this study are all users of the Jenius Bank BTPN application with a sample of 200 respondents. First the data is tested using the validity and reliability test while to see the effect with the t test and processed using SPSS Ver. 22.

The results of this study indicate that there is an influence of information technology, perceptions of ease, perceptions of benefits and service features on customer satisfaction, as well as

*an interest in reusing the genius application of bank BTPN.*

**Keywords:** Information Technology, Perception of Benefits, Perception of Ease, Service Features, Customer Satisfaction, and Re-Interest

## 1. PENDAHULUAN

Industri perbankan adalah salah satu industri yang selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi. Untuk menampilkan sebuah keunggulan, biasanya perusahaan jasa seperti perbankan selalu menawarkan berbagai kemudahan layanan untuk memperoleh nasabah mereka yang tentunya dengan menggunakan daya dukung teknologi informasi.

Masih ada beberapa bank yang menggunakan metode konvensional, yaitu pelayanan kepada nasabah yang datang ke bank secara langsung untuk melakukan berbagai macam transaksi, baik itu penyetoran dana, transfer antar rekening ataupun transaksi lainnya. Hal tersebut sebenarnya menimbulkan ketidakefisienan karena membuat waktu yang tersita cukup banyak, mulai dari pengisian form, sampai mengantri.. Dengan alasan itulah maka bank menawarkan layanan yang diprediksi dapat membantu mengurangi kerumitan metode konvensional. Dengan adanya kasus atau masalah seperti ini maka Bank BTPN berusaha mengembangkan solusi inovatif dan lebih mengerti kebutuhan konsumen yang dapat dengan mudah mengalahkan layanan keuangan tradisional yang ditawarkan. Pelaku keuangan ini juga dapat menggunakan digital sebagai media dan memanfaatkan kelebihan mereka dalam teknologi, fleksibilitas, inovasi dan jangkauan pelanggan. Dengan adanya teknologi informasi, salah satu yang kini merajai merupakan inovasi terbaru dalam bidang keuangan yaitu Fintech.

Menurut *Anggraeni.K, 2017 [3] Financial Technology (Fintech)* merupakan penyesuaian dalam bentuk nyata dari sektor finansial terhadap perkembangan teknologi dimana transaksi yang sebelumnya berbentuk fisik saat ini dikonversi menjadi digital. Menurut *The National Digital Research Centre (NDRC)*, <https://fintech.id/>, *fintech* merupakan suatu inovasi pada sektor finansial. *Fintech* sebagai inovasi perkembangan keuangan digital sangat bermanfaat dan berdampak positif apabila diterapkan di Indonesia. Dalam dunia perbankan *fintech* berkembang melalui Digital Banking atau Layanan Digital Perbankan . Layanan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan kualitas pelayanan bank kepada nasabahnya. Untuk itu, bank perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada layanan perbankan digital.

Salah satu layanan digital perbankan yang ada di Indonesia adalah aplikasi Jenius BTPN.. Jenius pertama kali muncul pada pertengahan 2016. Sebelum diluncurkan, Bank BTPN melakukan serangkaian penelitian komprehensif tentang kebutuhan masyarakat melek digital (*digital savvy*) di Indonesia, perkembangan teknologi digital, dan digital banking di dunia.



Gambar.1 Logo Jenius

Jenius adalah aplikasi perbankan dari PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk. (BTPN) yang dilengkapi dengan kartu debit VISA untuk membantu melakukan aktivitas finansial seperti menabung, bertransaksi, atau mengatur keuangan dengan lebih aman, cerdas, dan simpel. Jenius adalah Banking Reinvented, yang berarti walaupun memiliki fungsi sebuah bank, tetapi Jenius mengembalikan semua akses kepada penggunanya. Sehingga memiliki kendali atas uang dan pengaturan keuangan sendiri ([www.jenius.com](http://www.jenius.com)). Aplikasi Jenius akan menambah kemudahan dalam meningkatkan efektivitas pekerjaannya dan merasakan adanya tambahan manfaat dari penggunaan layanan Aplikasi Jenius.

Menurut *Anggraeni, K, 2017 [3]*, dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Ulang Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* "JENIUS". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan mempunyai pengaruh terhadap minat ulang penggunaan artinya bahwa aplikasi Jenius mudah untuk dipahami, dipelajari, dimengerti dan digunakan atau diakses di manapun dan kapanpun.

## 2. METODE PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini pada Bank BTPN (Bank Tabungan Pensiun Nasional) di Jabotabek. Sampelnya adalah pengguna aplikasi *Jenius* yang telah menggunakan aplikasi *Jenius* minimal 1 kali. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 200 responden yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner *online* yang kemudian dianalisis dengan uji t dan uji F dan analisis jalur (*path analysis*). Sebelum data digunakan diuji terlebih dahulu. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau  $p \text{ value} < 5\%$  dan reliabilitas jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (*Ghozali, 2006*). [7] Dari 200 data tersebut menunjukkan data valid dan reliabel artinya dapat dipercaya atau diandalkan.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kett.
Teknologi Informasi (X1)	0,874	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,835	Reliabel
Persepsi Kemudahan (X3)	0,886	Reliabel

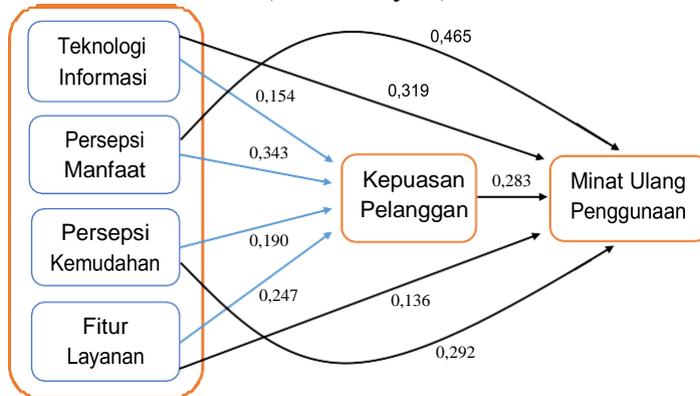
Fitur Layanan(X4)	0,849	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y1)	0,86	Reliabel
Minat Ulang(Y2)	0,855	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 22

## 2.1 Analisis Jalur

Analisis Jalur untuk melakukan analisis hubungan sebab akibat antar variabel yang melekat dan disusun berdasarkan urutan sementara untuk mendapatkan gambaran besar pengaruh dari masing-masing variabel. Untuk melihat Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya pada Minat Ulang Penggunaan Aplikasi Jenius Bank BTPN maka digunakan analisis jalur (*path analysis*) (Ferdinand, A.,2002) [5]

### Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Gambar 2: Analisa Jalur

Tabel 2. Hasil analisis jalur

Variabel	Pengaruh Langsung (Beta)	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total	p-value
Teknologi Informasi (X <sub>1</sub> ) → Minat Ulang (Y2)	0,319	0,043582	0,362	0,000
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> ) → Minat Ulang (Y2)	0,465	0,153669	0,619	0,000
Persepsi Kemudahan (X <sub>3</sub> ) → Minat Ulang (Y2)	0,136	0,05377	0,189	0,045

Fitur Layanan (X <sub>4</sub> ) → Minat Ulang (Y <sub>2</sub> )	0,292	0,126501	0,419	0,000
Teknologi Informasi (X <sub>1</sub> ) → Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,154	-	0,154	0,014
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> ) → Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,543	-	0,343	0,000
Persepsi Kemudahan (X <sub>3</sub> ) → Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,190	-	0,190	0,013
Fitur Layanan (X <sub>4</sub> ) → Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	0,447	-	0,247	0,000
Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> ) → Minat Ulang (Y <sub>2</sub> )	0,283	-	0,283	0,000

Sumber: Hasil olah data SPSS 22

Table 2. menunjukkan Teknologi informasi berpengaruh langsung terhadap minat ulang pengguna, ini ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,319 . Hal ini dibuktikan melalui hasil uji dimana nilai probabilitasnya (*p-value*) sebesar 0,000 kurang dari nilai signifikansi 0,05 menunjukkan hasil yang signifikan. Begitupula dengan persepsi manfaat nilai koefisiennya sebesar 0,465 , persepsi kemudahan sebesar 0,136 , dan fitur layanan sebesar 0,292.

Teknologi Informasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,154 dan dibuktikan melalui hasil uji dimana nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0,014 lebih kecil dari nilai signifikan 0,05 . Begitu pula dengan persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,000 , kemudahan sebesar 0,013 dan fitur layanan sebesar 0,000 dimana nilai probabilitas (*p-value*) lebih kecil dari nilai signifikannya sebesar 0,005 .

Kepuasan berpengaruh terhadap minat ulang yang ditunjukkan dengan nilai koefisien sebesar 0,283 dan nilai probabilitasnya (*p-value*) sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikannya 0,05. Pelanggan akan merasa puas apabila aplikasi jenius memberikan manfaat yang dirasakan sehingga pelanggan akan kembali menggunakan .

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kepuasan dan Minat Ulang Menggunakan

### **Aplikasi Jenius Bank BTPN**

Minat ulang penggunaan akan meningkat apabila kecepatan transaksi cepat, mempunyai manfaat, dapat digunakan dengan mudah dan efektif. Sehingga pengguna aplikasi jenius akan merasa puas dan akhirnya berminat untuk menggunakan kembali aplikasi tersebut. Disamping itu masyarakat sudah melek digital yang membutuhkan peningkatan teknologi informasi. Kecepatan dan kegunaan Teknologi informasi adalah hal yang diperlukan dalam aplikasi kegunaan untuk dapat meningkatkan efektifitas kinerja individu dalam mengelola keuangan. Dimana hasil penelitian ini sesuai dan mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Amijaya, G.R (2010) [2] yang menunjukkan teknologi informasi berpengaruh terhadap minat ulang penggunaan.

### **3.2 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan dan Minat Ulang Menggunakan Aplikasi Jenius Bank BTPN**

Melalui aplikasi jenius nasabah mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan dapat melakukan transaksi dengan praktis, menjadikan pekerjaan lebih mudah dan memperlancar kegiatan perbankan terutama dalam bertransaksi.

Persepsi Manfaat terhadap minat ulang berpengaruh jika kegunaan aplikasi sesuai harapan, memberikan manfaat, fitur yang memudahkan pengguna sehingga minat ulang menggunakan *Jenius* akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pambudi, Setyo(2014) [9] yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat ulang penggunaan.

### **3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan dan Minat Ulang Menggunakan Aplikasi Jenius Bank BTPN**

Persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap Minat Ulang penggunaan.. Minat Ulang akan semakin meningkat apabila aplikasi Jenius dapat dipahami, mudah dipelajari, bermanfaat, dapat digunakan dengan mudah, dan menjadikan pengguna terampil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Anggraeni, Kartika (2017) [3] yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat ulang penggunaan.

### **3.4 Pengaruh Fitur Layanan terhadap Kepuasan dan Minat Ulang Menggunakan Aplikasi Jenius Bank BTPN**

Dari hasil penelitian bahwa fitur layanan yang ditampilkan sangat menarik, lebih mudah mempelajarinya, dan dapat memberikan informasi lebih jelas. Semakin baik fitur layanan maka semakin meningkat pula tingkat minat ulang penggunaan Aplikasi Jenius Dalam hal ini fitur

layanan dalam aplikasi sangat penting untuk menunjang kegiatan nasabah dalam mengatur keuangannya. Minat Ulang akan meningkat apabila aplikasi Jenius memberikan kepuasan kepada pelanggan yang telah menggunakan dan merasakan manfaat sehingga akan menggunakan kembali aplikasi Jenius.

Dimana hasil penelitian ini sesuai dan mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rithmaya, Laksmi (2016) [10] yang menunjukkan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang penggunaan..

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Teknologi Informasi Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan. Dan Fitur Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dimana nasabah merasakan manfaat dari aplikasi Jenius yang akhirnya nasabah berkeinginan untuk terus menggunakan aplikasi Jenius Bank BTPN tersebut. Peranan teknologi informasi semakin meningkat maka akan semakin meningkat pula tingkat minat ulang penggunaan Aplikasi Jenius. Begitu pula dengan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan fitur layanan . Hal ini disebabkan karena fitur layanan dalam aplikasi sangat penting untuk menunjang kegiatan nasabah dalam mengatur keuangan mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Kadir, 2003, Pengenalan Sistem Informasi, Andi, Yogyakarta.
- [2] Amijaya, G. R. (2010). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA).
- [3] Anggraeni, Kartika. (2017). Pengaruh kemudahan terhadap minat ulang penggunaan aplikasi *mobile banking* “JENIUS”.
- [4] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318-340.
- [5] Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [6] Freedman, R. S. (2006). *Introduction to Financial Technology*. London: Elsevier.
- [7] Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [8] Martin, E. 1999. *Managing Information Technology WhatManagers Need to Know* (3rd

ed.). New Jersey:Pearson Education International.

[9] Pambudi, Setiyo.(2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking.

[10] Pavlou, Fred, (2001), “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology”,MIS Quarterly, September.

[11] Rithmaya, Laksmi.(2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking.

[12] Sun, Heshan and Ping Zhang. 2006. Causal Relationship Between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use : An Alternative Approach. Journal of the Association for Information Systems. Vol. 7, No. 9, pp.618 – 645, September 2006.

[13] Venkatesh, V. 2000. Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. Information Systems Research, vol. 11, no. 4,pp. 342–365

<https://fintech.id/> <https://ekonomi.kompas.com/> <https://www.finansialku.com/>

<https://kominfo.go.id/> <https://www.ojk.go.id/> <http://marketeers.com/> <https://www.jenius.com/>

<https://www.btpn.com/>