



## PERSEPSI MASYARAKAT DI KECAMATAN KURANJI TENTANG LAYANAN MOBILE BANKING (BRIMO)

**Amelia Nur Khairani<sup>1\*</sup>, Fitri Eriyanti<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Departemen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

\*Corresponding Author: [amelianurkhairani23@gmail.com](mailto:amelianurkhairani23@gmail.com)

### Abstrac

This study aims to analyze public perceptions regarding the use of mobile banking application services (BRImo). The type of research that researchers use is qualitative research using descriptive methods. In this study, researchers determined informants using purposive sampling technique. To test the validity of the data using source triangulation techniques and data analysis techniques using data reduction, data presentation stage, and verification/conclusion. The results of this study are that the Kuranji community is satisfied with the BRImo mobile banking service, but behind this satisfaction, researchers found complaints from the Kuranji community on the BRImo mobile banking application such as, the application often logs out automatically, the QRIS scan often freezes and cannot log in, face recording which often fail, the mutation section's financial reports only show the last year, and the application often crashes even though the network is stable.

**Keywords:** *Perception, Community, Mobile Banking.*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi masyarakat mengenai penggunaan layanan aplikasi mobile banking (BRImo). Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Untuk uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber serta teknik analisis data menggunakan reduksi data, tahap penyajian data, dan verifikasi/kesimpulan. Hasil penelitian ini yaitu masyarakat kuranji sudah merasa puas dengan adanya layanan mobile banking BRImo, tetapi dibalik kepuasan tersebut, peneliti menemukan keluhan dari masyarakat kuranji pada aplikasi mobile banking BRImo seperti, aplikasi sering logout otomatis, scan QRIS sering freeze dan tidak bisa login, perekaman wajah yang sering gagal, laporan keuangan bagian mutasi hanya menampilkan satu tahun terakhir, dan aplikasi sering eror meski jaringan stabil.

**Kata kunci:** *Persepsi, Masyarakat, Mobile Banking.*

## PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia sedang memasuki era revolusi industri 4.0 era di mana disrupsi teknologi digital semakin kuat. Industri 4.0 atau revolusi industri keempat adalah istilah yang secara umum digunakan untuk tingkat perkembangan industri teknologi yang berfokus pada teknologi-teknologi yang bersifat digital. pada era ini, masyarakat menginginkan segala pengurusan dapat dilakukan dengan cepat, efektif, serta efisien, itulah sebabnya pelaksanaan pelayanan publik juga dituntut untuk dapat memberikan pelayanan prima. Birokrasi harus mempunyai jiwa melayani, menuju ke arah yang lebih fleksibilitas dan dialogis serta menuju cara-cara kerja yang lebih pragmatis. hal ini sejalan dengan amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2019 tentang Pelayanan publik.

Teknologi informasi yang banyak digunakan saat ini adalah internet. Internet tidak hanya digunakan sebagai media informasi dan komunikasi, namun sudah menjadi kebutuhan yang dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas, termasuk juga aktivitas bisnis, untuk memanfaatkannya sebagai media utama dalam pemasaran produk dan jasa. Banyak hal yang terkena dampak dari digitalisasi, termasuk industri perbankan. Perbankan mulai beralih untuk mengembangkan layanan perbankan dengan sentuhan digital. banyak bank mulai meningkatkan penggunaan teknologi untuk melayani para nasabah dengan lewat ponsel. Imbasnya, jumlah cabang perbankan berkurang drastis, Berdasarkan data statistik perbankan indonesia (SPI) dibandingkan dengan Desember 2021, jumlah kantor cabang bank umum berkurang atau tutup 6.565 kantor cabang (<https://www.solopos.com>).

Sebelum adanya layanan perbankan digital para nasabah sudah cukup puas dengan adanya layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun, sekarang kepuasan tersebut cepat hilang, dikarenakan transaksi ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah masih harus menunggu

antrian untuk menunggu giliran tiba. Dengan melihat kondisi tersebut para nasabah hanya menginginkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi yang tidak menghabiskan banyak waktu. Setelah melihat banyak keluhan dan perkembangan zaman, bank pun memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang menginginkan kemudahan dan kecepatan dimanapun tanpa harus menghabiskan banyak waktu dan dapat diakses kapan saja selama 24 jam. hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya transaksi digital menggunakan *mobile banking* dan menggeser peran kantor cabang dan juga ATM (<https://promo.bri.co.id/>).

Selain itu, persaingan yang semakin meningkat dalam bisnis perbankan menuntut setiap manajemen perbankan untuk selalu memperbaiki kinerja bank agar mampu menghadapi persaingan tersebut, dengan memberikan kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan nasabahnya. Perbankan sendiri dalam memberikan pelayanan yang berkualitas terkadang terjadi kegagalan, hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan atas persepsi kualitas layanan menurut nasabah dengan persepsi kualitas pelayanan menurut persepsi manajemen perbankan (JEAM, 2015:24). Kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga kualitas pelayanan merupakan hal penting. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1988:23) pada dasarnya adalah hasil persepsi dalam otak nasabah.

Persepsi adalah sesuatu yang dinamis karena prinsipnya nasabah akan berpikir rasional dan mendasarkan persepsinya kepada pengalaman. Perubahan persepsi juga harus dibangun melalui pengalaman nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan. Persepsi nasabah diperoleh dari hasil yang didapatkan setelah selesai memakai layanan yang telah

diberikan. baik, pelayanan yang dilakukan maka pelanggan akan semakin puas, dan semakin modern layanan yang diberikan maka pelanggan akan semakin tertarik terhadap produk yang diberikan karena memberikan kenyamanan pada nasabahnya (Rachmad 2009:59-72).

Pada penelitian ini, peneliti mengambil studi persepsi masyarakat tentang pelayanan pada layanan jasa perbankan *m-banking* di bank BRI unit kurangi yaitu BRI *mobile*. Melihat pesatnya penggunaan teknologi oleh masyarakat umum dan perkembangan zaman, industri perbankan bertekad untuk mengikuti trend yang berlaku yang dilakukan melalui proses transformasi yang dijalankan secara terencana. Layanan *mobile banking* menjadi suatu hal yang niscaya ada di perbankan. *Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun. BRI unit kurangi merupakan salah satu kantor yang lokasi letaknya strategis, karena berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan pertokoan yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan berada di pusat keramaian menjadikan salah satu alternatif para konsumen yang berada disekitar lokasi melakukan pembukaan rekening tabungan maupun pengaktifan aplikasi *mobile banking*. Salah satu bentuk layanan yang disediakan oleh Bank BRI guna untuk mempermudah nasabah maupun masyarakat dalam melakukan transaksi yaitu aplikasi *mobile banking* yang biasa disebut dengan BRImob. BRImob adalah layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat *mobile banking* seperti telepon seluler atau handphone menggunakan jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media short message service (SMS)

Secara aman dan mudah (Khasanah 2019:1-2).

Selain itu, layanan *mobile banking* juga dapat mengurangi biaya transaksi di dalam bank tersebut sehingga segala transaksi dapat dilakukan secara cepat, tepat dan efisien. Namun masih belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa dampak seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking*, kurangnya keamanan dan kenyamanan dari para nasabah akan permasalahan eksternal seperti serangan hacker. Serta masih banyaknya nasabah yang masih nyaman untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri. Sejak diterbitkannya aplikasi *mobile banking*, aplikasi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun, idealnya *mobile banking* memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi melalui aplikasi *mobile banking* (Ratmono, 2021: 296-297).

Dari wawancara yang dilakukan peneliti pada salah satu masyarakat yang berdomisili di kecamatan kurangi dan merupakan salah satu nasabah BRI, yang bernama Gusna Dewi, pada hari rabu tanggal 28 Desember 2022. menjelaskan bahwa aplikasi *mobile banking* (BRImo) memang sudah banyak digunakan oleh nasabah maupun masyarakat. namun, dibalik itu semua banyak juga yang belum tahu keunggulan dan kemudahan dari penggunaan aplikasi *mobile banking* dengan ini masyarakat lebih mempercayai ATM (*Automatic Teller Machine*) sebagai alternatif transaksi perbankan. *Mobile banking* juga terkadang masih belum sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah. Sehingga masih banyaknya nasabah yang masih nyaman menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke Bank untuk mengantri.

Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di kecamatan kurangi yaitu

banyak nasabah BRI yang berada di sekitar kecamatan kurangi, contohnya saja dapat di lihat di bank terdekat yaitu bank BRI unit kurangi, pada setiap harinya kantor tersebut terlihat padat karena dipenuhi oleh nasabah-nasabah yang ingin melakukan transaksi, mereka rela mengantri untuk melakukan transaksi dibandingkan memakai BRI *mobile* yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Namun, aplikasi tersebut tidak berlaku seutuhnya bagi masyarakat di kecamatan kurangi dikarenakan masyarakat kurangi banyak yang tidak mengerti dan tidak mengetahui akan keunggulan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Pada hasil survei yang ditemukan dalam pengunduhan aplikasi BRI *mobile* di *Play store* menunjukkan bahwa Rating dari penggunaan aplikasi mobile banking (BRImo) sudah mencapai sangat baik. Namun, terdapat beberapa komentar negatif dari para pengguna aplikasi atau layanan mobile banking ini dikarenakan kinerja dari aplikasi ini tidak seutuhnya baik. hal ini dapat dibuktikan pada kolom *review* yang disediakan oleh *play store*.

**Gambar 1 Jumlah Review BRI Mobile (Playstore)**



Sumber : *Playstore Tahun 2022*

Dapat dilihat bahwa *review* pengguna BRI *mobile* yang diakses melalui *play store* menunjukkan review bintang 5 sebagai yang tertinggi. Dengan ranting aplikasi mencapai 4,4. Masih dapat ditemukan *review* pengguna yang masih belum merasakan kepuasan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini dapat dilihat dari jumlah ranting *review* bintang 1 dan 2. Dalam kolom komentar

pun masih banyak terdapat keluhan dan komplain dari para nasabah aktif. Khususnya pengguna BRI *mobile*. dengan masih banyaknya komplain dan keluhan mengenai kinerja layanan aplikasi ini, menunjukkan bahwa BRI *mobile* belum sepenuhnya memberikan pelayanan yang maksimal dan tidak sesuai dengan harapan terhadap nasabah pengguna aplikasi tersebut. Berikut merupakan beberapa contoh ulasan atau komentar yang berisi keluhan komplain dan keluhan yang dituliskan para nasabah di kolom komentar *play store*.

**Gambar 2 Review Aplikasi BRI Mobile**





Sumber : Playstore Tahun 2022

Dari gambar 1.2 dapat dilihat bahwa masih ada keluhan yang dilontarkan saat menggunakan aplikasi BRI *mobile*. Seperti yang dituliskan oleh beberapa orang nasabah pengguna aplikasi BRI *mobile*, sebagai berikut:

1. Kualitas dari layanan aplikasi tersebut sangat buruk dikarenakan selalu gagal dalam merekam wajah di saat mendaftar akun baru pada aplikasi BRI *mobile*.
2. Aplikasi BRI *mobile* tidak dapat berjalan dengan baik karena keterangan pada aplikasi sinyal tidak ada, sedangkan sinyal pada ponsel sangat bagus.
3. Saat melakukan pendaftaran membutuhkan kode OTP yang

telah dikirimkan pihak aplikasi ke email yang sudah didaftarkan sebelumnya, namun kode OTP tetap saja salah meskipun nasabah sudah mencocokkan kode OTP tersebut.

4. Adapun beberapa nasabah menuliskan aplikasi BRI *mobile* tidak layak, karena disaat mendaftar selalu gagal dalam perekaman video, meskipun sinyal di ponsel sangat bagus. mereka pun susah untuk memahami aplikasi tersebut dan malah mengatakan bahwa aplikasi BRI *mobile* bukan memudahkan tapi hanya mempersulit pengguna aplikasi.
5. Menu pada aplikasi BRI *mobile* tidak muncul, hanya ada menu koneksi ke Gopay dan tidak bisa melakukan transfer.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Masyarakat Di Kecamatan Kuranji Tentang Layanan Mobile Banking (BRImo)”

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif, karena penelitian menggambarkan, menuturkan, dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya Teknik dan Alat Pengumpulan Data yaitu menggunakan wawancara. Untuk memeriksa keabsahan data dalam penelitian yang akan dilakukan kegiatan yaitu dengan teknik triangulasi sumber. Sedangkan, teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

## **Persepsi Masyarakat di Kecamatan Kuranji Tentang Layanan Mobile Banking (Brimo)**

Menurut Robbins & Judge (2013:166) persepsi adalah proses dengan mana para individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungannya. Persepsi masyarakat merupakan suatu hal yang terjadi pada diri individu. Adapun persepsi individu tersebut dipengaruhi oleh faktor dari dalam dirinya dan faktor yang berasal dari luar dirinya atau lingkungannya.

Untuk mengetahui persepsi masyarakat di kecamatan kuranji tentang layanan mobile banking BRImo dapat dilihat dari hasil penelitian yang peneliti temui. persepsi masyarakat di kecamatan kuranji sesuai dengan pengalaman, kebutuhan, penilaian, ekspektasi/harapan dan tampilan produk.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi Suprpto Arifin, dkk "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Untirta Terhadap Keberadaan Perda Syariah Di Kota Serang" yang menjelaskan bahwa persepsi mahasiswa dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal individu. Pembentukan persepsi masyarakat kuranji dapat dijelaskan pada kedua faktor tersebut yaitu dengan faktor internal melalui pengalaman, kebutuhan, penilaian, ekspektasi/pengharapan. sedangkan pembentukan persepsi pada faktor eksternal terdapat pada tampilan luar (produk).

Penelitian ini berusaha mengungkapkan bagaimana persepsi dalam diri masyarakat di kecamatan kuranji tentang layanan mobile banking BRImo. dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas dapat dilihat sebagai berikut:

### **1. Faktor internal**

Faktor internal menurut Restiyanti Prasetijo (2005:69) merupakan faktor yang mempengaruhi persepsi dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi cara seseorang mempersepsi atau memahami suatu informasi maupun situasi. Faktor internal meliputi karakteristik seseorang seperti pengalaman, kebutuhan, penilaian, ekspektasi atau harapan seseorang. Semua faktor ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu situasi atau informasi secara berbeda-beda. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi narasumber terkait layanan mobile banking BRImo adalah :

#### **a. Pengalaman**

Persepsi tentang layanan mobile banking BRImo dipengaruhi oleh pengalaman dari masyarakat itu sendiri. Berdasarkan hasil penelitian masyarakat kuranji tentang layanan mobile banking BRImo terdapat pengalaman sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap layanan mobile banking BRImo, masyarakat yang memiliki pengalaman lebih lama dalam menggunakan mobile banking BRImo maka akan merasakan hasil yang lebih positif terhadap layanan sebab telah mengerti dalam menggunakan layanan dari aplikasi tersebut. Hal ini diketahui dari pengalaman yang dirasakan oleh masyarakat kuranji. Semakin lama pengalaman yang dirasakan maka semakin positif hasil yang didapatkan. dari hasil penelitian tersebut, masyarakat kuranji sudah merasakan pelayanan yang baik dari aplikasi mobile banking BRImo, namun sistemnya terkadang masih sering eror

sehingga membuat masyarakat merasakan kendala tersebut.

#### b. Kebutuhan

Persepsi masyarakat kurangi tentang layanan mobile banking BRImo sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, masyarakat kurangi menggunakan mobile banking BRImo sesuai dengan kebutuhan sehari-hari. layanan mobile banking BRImo sangat membantu dalam melakukan transaksi, dengan fitur-fitur yang tersedia dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi apapun sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

#### c. Ekspektasi/harapan

Dalam menggunakan produk, masyarakat berpersepsi sesuai dengan harapan yang dirasakan. Berdasarkan hasil penelitian masyarakat dalam menggunakan layanan mobile banking BRImo masih banyak terdapat harapan yang dirasakan oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, masyarakat berharap permasalahan-permasalahan yang dirasakan oleh masyarakat cepat teratasi seperti: sering terjadi kegagalan saat merekam wajah saat mendaftar akun, catatan pemasukan tidak terinci, potongan bulanan tidak besar, aplikasi yang sering eror, dll.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal menurut Restiyanti Prasetijo (2005:69) faktor

pembentukan persepsi yang muncul dari luar diri individu itu sendiri. Karakteristik dari faktor eksternal yaitu tampilan luar atau tampilan produk. dari karakteristik ini dapat dilihat masyarakat kurangi mendapatkan kemudahan bertransaksi, serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat kurangi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriati Ayu Lestari dan Lia Umilah “persepsi penggunaan mobile banking terhadap kemudahan dalam bertransaksi” yang menunjukkan bahwa pada persepsi responden telah banyak mengetahui dan menggunakan aplikasi mobile banking dalam bertransaksi serta dengan kemudahan itu terdapat manfaat dan resiko yang terjadi. Dalam hal ini faktor eksternal yang peneliti temukan pada hasil penelitian yaitu:

#### a. Tampilan Luar atau Tampilan Produk

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa layanan jasa mobile banking menjadi daya tarik nasabah karena memiliki fitur yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi, tampilan aplikasi yang menarik dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Karena itu, tidak heran jika nasabah bank BRI merasa puas menggunakan layanan ini. Kerana nasabah dapat terbantu untuk melakukan berbagai transaksi pada aplikasi mobile banking. hal ini diperkuat lagi dengan pernyataan salah satu nasabah dari bank BRI yang mengatakan bahwa tampilan mobile banking BRImo sangat menarik dan bagus tampilan aplikasinya dibandingkan tampilan aplikasi BRI sebelumnya.

Aplikasi mobile banking memiliki beberapa fitur yang mampu memberikan kemudahan bagi pengguna aplikasi seperti, transaksi cek saldo mudah, transaksi pembelian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran asuransi, tarik tunai tanpa kartu, BPJS, BRIZZI, QRIS, Shopee Pay dan payment lainnya. oleh karena itu, nasabah pengguna aplikasi mobile banking BRImo tidak perlu bersusah payah dalam bertransaksi. Dengan adanya kemudahan bertransaksi, biaya transfer, gratis administrasi sesama bank dan lain-lain. Dapat menutupi beberapa kendala yang ditemui oleh nasabah. Jaringan pengguna aplikasi mobile banking sangat berpengaruh terhadap bertransaksi, apabila jaringan nasabah pengguna aplikasi mobile banking stabil maka nasabah mampu melakukan transaksi dalam kondisi dan keadaan apapun.

## **PENUTUP**

Masyarakat memiliki kebebasan dalam berpersepsi baik itu persepsi positif maupun negatif. Layanan jasa mobile banking menjadi daya tarik masyarakat karena memiliki fitur yang dapat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi dengan tampilan aplikasi yang menarik dan bisa diakses dimana saja. dilihat dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah peneliti lakukan, masyarakat kurangi sudah merasa puas dengan adanya layanan mobile banking BRImo, tetapi dibalik kepuasan tersebut, peneliti menemukan keluhan dari masyarakat kurangi pada aplikasi mobile banking BRImo seperti, aplikasi sering logout otomatis, scan QRIS sering freeze dan tidak bisa login, perekaman wajah yang sering gagal, laporan keuangan bagian mutasi hanya menampilkan satu tahun terakhir,

dan aplikasi sering eror meski jaringan stabil.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Alex Sobur. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Batinggi, A. (1998). *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka Bently.
- Bimo, Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Irwanto. (1997). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ivancevich, M., Konopaske, R., & Matteson, T. (2005). *Organizational Behavior and Management Seventh Edition*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Jalaluddin Rakhmat. (2001). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT remaja rosdakarya
- Krech David, C. B. (1997). *Individual In Society*. London: McGraw-Hill Book Ltd
- Moenir, H. (1995). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy . 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2005). *Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Parek, U.(1984). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Pasolong, H. (2007). *Teori Administrasi Publik*. Bandung: CV. Alfabeta.



Rakhmat, Jalaludin. (2007). *Psikologi komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Restiyanti, Prasetijo dan John J.O.I Ihwalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Robbins, P., & Judge, A. (2013). *Organizational Behavior 15th Edition*. United States of America: Pearson Education, Inc.

Sampara, L. (2000). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA Lan Press.

Sinambela, L. P. (2010). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Solihin, A. I. (2013). *Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT.Gramedia.

Solso, L., & Robert et, a. (2007). *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Walgito, B. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wirawan, S. (1997). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

### **Skripsi/Jurnal**

A Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.

Abadi, Hayat Yusuf. 2003. Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi di Kota Kendari. Surabaya: Universitas Airlangga.

Ariana Uswatun Khasanah, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking di BRI Sya" (IAIN Ponorogo, 2019), 1–2.

Dwitya Pratiwi Wulandari. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam". (skripsi sarjana; fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri sumatera utara).

Hidayat, Rachmad, 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 11 No. 1 Maret 2009 page 59 – 72.

Ningtyas, Dita Wahyu, dkk. 2017. "Korelasi Faktor-Faktor Persepsi Dengan Persepsi Konsumen Terhadap Media Pemasaran Online". *Journal Of Sustainable Agriculture*. 32(2), page 110-112.

### **Web**

bri.co.id. 2020. *BRI BUKA REKENING (BRI DIGITAL SAVING*. [online] Diambil dari: <[https://promo.bri.co.id/main/hotoffers/detail/britama\\_digital\\_saving](https://promo.bri.co.id/main/hotoffers/detail/britama_digital_saving)> [Diakses pada tanggal 18 June 2022].