

Pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Livin by Mandiri Studi pada Bank Mandiri Cabang Kolaka

Ending Sulastrin Ningsih

Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Kolaka

e-mail: endangsulastrin804@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan di Bank Mandiri cabang Kolaka. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, menggunakan observasi dan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi penelitian ini mencakup seluruh pengguna aplikasi Livin'by Mandiri yang berdomisili di Kabupaten Kolaka, dengan sampel sebanyak 120 responden yang dipilih melalui teknik non-probability sampling. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *Electronic Service Quality* maupun *Electronic Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kata kunci dari penelitian ini adalah *Electronic Service Quality*, *Electronic Customer Relationship Management*, dan Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci— Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan Elektronik (*Electronic Service Quality*), Manajemen Hubungan Pelanggan Elektronik (*Electronic Customer Relationship Management* atau e-CRM)

Abstract

The aim of this study is to determine the impact of *Electronic Service Quality* and *Electronic Customer Relationship Management* on customer satisfaction at the Bank Mandiri branch in Kolaka. This research adopts a quantitative approach, utilizing observation and questionnaires for data collection. The study's population includes all users of the Livin'by Mandiri app residing in Kolaka Regency, with a sample size of 120 respondents selected through non-probability sampling techniques. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with the Smart-PLS 3.0 application. The findings reveal that both *Electronic Service Quality* and *Electronic Customer Relationship Management* significantly and positively influence customer satisfaction. Key words: *Electronic Service Quality*, *Electronic Customer Relationship Management*, and Customer Satisfaction.

Keywords— Customer Satisfaction, *Electronic Customer Relationship Management* (e-CRM), *Electronic Service Quality*

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan situs internet saat ini memberikan kemudahan mengakses

serta mengerjakan suatu pekerjaan dan mendapatkan informasi [1]. Internet saat ini bukan hanya sebagai media informasi [2], namun juga dapat di dimanfaatkan untuk

kepentingan bisnis, seperti memudahkan pelayanan pada konsumen sehingga internet sangat berperan penting bagi perusahaan [3]. Teknologi informasi dan komunikasi menjadi sangat penting dalam dunia bisnis khususnya di sektor perbankan, ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan melalui teknologi informasi yang dapat menjadi salah satu strategi perbankan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Industri perbankan terutama Bank Mandiri menghadirkan fasilitas layanan berupa aplikasi agar dapat memberi kemudahan pada nasabah dalam melakukan transaksi langsung melalui smartphone di mana saja dan kapan saja. Bank Mandiri memfokuskan peningkatan fitur layanan Bank Mandiri memfokuskan peningkatan fitur layanan.

Berdasarkan Tabel 1, Top Brand Award merupakan bentuk keberhasilan suatu produk perusahaan di pasaran. Mobile banking dari Bank Mandiri yaitu Livin' by Mandiri berada diposisi tiga dari 4 mobile banking lainnya. Livin' by Mandiri menunjukkan persentase mencapai 12,9% hingga pada tahun 2022 dan mengalami peningkatan pada tahun 2023 awal kuartal ke 3 yaitu 13%. Dari hasil survei di atas menunjukkan bahwa layanan Livin' by Mandiri dikatakan unggul pada layanan mobile banking-nya dan mendapatkan predikat TOP dalam 4 tahun terakhir yang menjadikan Livin' by Mandiri merupakan aplikasi mobile banking terpopuler saat ini. Tercatat saat ini Livin' by Mandiri telah diunduh lebih dari 22 juta dalam kurun waktu lebih dari 15 bulan terakhir. Pertumbuhan pengguna Kopra by Mandiri yang kini telah hadir dalam versi mobile app juga meningkat hampir empat kali lipat dalam satu tahun terakhir menjadi 83 ribu pengguna. Melalui serangkaian inovasi yang dilakukan dalam setahun terakhir, Livin' by Mandiri telah mampu melayani lebih dari 1,64 miliar transaksi finansial. Adapun nilai transaksi Livin' by Mandiri selama per Juni 2023 telah menembus Rp 2,435 triliun atau tumbuh 48,4% dari periode tahun sebelumnya atau Year on Year (YoY).

Riana & Alni [4] mengungkapkan sangat penting untuk memahami kebutuhan pelanggan dan menemukan keinginan pelanggan untuk produk atau layanan yang melebihi harapan pelanggan. Pengguna akan puas dengan pelayanan yang diberikan apabila mereka

merasa bahwa pelayanan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan harapannya [4]. Popularitas mobile banking Livin' by Mandiri yang semakin meningkat tidak hanya menciptakan peluang besar bagi industri perbankan untuk mengembangkan bisnis mereka, tetapi juga membawa tantangan untuk memberikan kepuasan kepada pengguna sehingga mampu mempertahankan para pengguna.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana Wonua et al [5] mendefinisikan pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mempunyai keyakinan bahwa fokus penelitian merujuk kepada (berapa banyak) dengan menggunakan landasan filsafat positivism. Penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2024, Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan pengguna aplikasi livin by mandiri yang berdomisili di Kabupaten Kolaka. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui jumlahnya , maka dari itu untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Hair dengan ukuran sampel minimum 5-10 dikali variabel indikator. Berdasarkan hal tersebut jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu ditentukan dalam rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 N &= 10 \times \text{indikator penelitian} \\
 &= 10 \times 12 \\
 &= 120
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa konstruk Kepuasan Pelanggan mampu dijelaskan oleh variabel *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* sebesar 60,7%, sedangkan sisanya sebesar 39,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sehingga dalam hal ini pengaruh determinasi variabel *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* memiliki kategori sedang.

Tabel 1. Nilai R-Square

Konstruk	R Square
Kepuasan Pelanggan	0.607

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* berpengaruh secara

positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai T-Statistic sebesar 2,182 dan nilai P-Value sebesar 0,030. Selanjutnya, *Electronic Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai T-Statistic sebesar 6,598 dan nilai P-Value sebesar 0,000.

Tabel 2. Nilai Path Coefficient

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STD EV)	T-Statistic (O/STD EV)	P-Values
ESQ - > KP	0.205	0.215	0.094	2.182	0.030
ECR M> KP	0.621	0.615	0.094	6.598	0.000

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Electronic Service Quality berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pelanggan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Electronic Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sample Estimate sebesar 0.205 dan T-Statistic sebesar $2.182 > 1,64$ dengan nilai P-Value 0.030.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Electronic Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini sejalan dengan hipotesis yang di ajukan oleh peneliti yang didukung oleh penelitian Fernaldy [6], mengatkan bahwa *Electronic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Juhria et al. [7], juga mengatakan bahwa *Electronic Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* pada aplikasi Livin'by Mandiri dapat dikatakan baik karena dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan pengguna aplikasi Livin'by Mandiri yang berdomisili di Kabupaten Kolaka dalam berbagai aktifitas

transaksi online. Di mana aspek-aspek *Electronic Service Quality* trust yang dimasud di antaranya yang pertama dari segi efisiensi yaitu pelanggan dapat kemudahan dan menghemat waktu dalam melakukan transaksi keuangan seperti transfer uang, pembayaran tagihan, atau pembelian pulsa, kedua dari segi availability pelanggan pengguna aplikasi Livin'by Mandiri merasa puas karena dapat mengakses layanan dan informasi kapanpun dibutuhkan, ketiga dari segi fulfillment dapat dipastikan transaksi dan layanan finansial diproses dengan cepat dan akurat, dan yang terakhir adalah privasi dalam Livin'by Mandiri dilindungi melalui implementasi kebijakan dan teknologi keamanan yang ketat. Hal tersebut membuat aspek-aspek *Electronic Service Quality* mampu mempengaruhi timbulnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 2 di atas deskripsi variabel *Electronic Service Quality* dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Electronic Service Quality* Sebagian besar responden setuju bahwa availability sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dimana layanan dan informasi dalam aplikasi Livin'by Mandiri dapat di akses dengan mudah oleh pelanggan di manapun dan kapanpun mereka butuhkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mansyriah et al [8], yang menyatakan bahwa adanya availability yang baik membuat pelanggan mampu mengakses aplikasi tersebut tanpa batas waktu tertentu dan pelanggan tidak akan mengalami kesulitan saat akan melakukan berbagai transaksi pada aplikasi tersebut sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Inilah yang membuat *Electronic Service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian semakin baik *Electronic Service Quality* yang diberikan oleh Livin'by Mandiri maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Electronic Customer Relationship Management berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan analisis jalur tentang pengaruh *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Kepuasan Pelanggan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Electronic Customer Relationship Management* terhadap

Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Original Sampel Estimate sebesar 0.621 dan T-Statistik sebesar $6.598 > 1,64$ dengan nilai P-Value 0.000.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *Electronic Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini sejalan dengan hipotesis yang di ajukan oleh peneliti yang didukung oleh penelitian Abdullah [9] dan Sabila [10] mengatakan bahwa *Electronic Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Livin'by Mandiri dapat memberikan rasa puas pada pelanggan yang menggunakan aplikasi tersebut melalui aspek-aspek *Electronic Customer Relationship Management*. Di mana aspek-aspek *Electronic Customer Relationship Management* yang dimaksud di antaranya yang pertama yaitu relevansi dimana Livin'by Mandiri mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menyediakan fitur-fitur yang relevan. Yang kedua yaitu understanbility, Livin'by Mandiri menghadirkan tampilan yang sangat mudah di pahami oleh penggunaannya sehingga pengguna aplikasi dapat lebih mudah memahami fungsi aplikasi tersebut, menggunakan fitur-fitur yang tersedia, serta lebih mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan. Yang ketiga yaitu ease of use Livin'by Mandiri dibuat agar pelanggan merasa sangat mudah menggunakan aplikasi tersebut dalam melakukan berbagai transaksi perbankan. Keempat yaitu careful Livin'by Mandiri sangat hati-hati dalam memberikan informasi yang akurat mengenai saldo, transaksi dan layanan perbankan lainnya. Yang terakhir yaitu content layout Livin'by Mandiri menghadirkan tata letak konten yang baik dan mempermudah pengguna untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan efisien. Hal tersebut membuat aspek-aspek *Electronic Customer Relationship Management* mampu mempengaruhi timbulnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 2 di atas deskripsi variabel *Electronic Customer Relationship Management* dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Electronic Customer Relationship Management* Sebagian besar responden setuju bahwa relevansi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang

berarti kepuasan pelanggan timbul karena aplikasi Livin'by Mandiri mampu memberikan informasi dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka secara spesifik. Livin'by Mandiri menawarkan solusi yang relevan bagi penggunaannya dengan memberikan update mengenai transaksi terbaru, notifikasi tagihan yang harus dibayar, dan rekomendasi produk perbankan yang sesuai dengan profil keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian Olivia Januarti dan Suyatno [11] yang menyatakan bahwa adanya informasi dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Inilah yang membuat *Electronic Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian semakin baik *Electronic Customer Relationship Management* yang diberikan oleh Livin'by Mandiri maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan

4. KESIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis pertama mengungkapkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Electronic Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan, yang dianalisis menggunakan indikator seperti efisiensi, ketersediaan, pemenuhan kebutuhan, dan privasi. Ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam kualitas layanan elektronik secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari variabel *Electronic Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan, dengan indikator seperti relevansi, kemudahan pemahaman, kemudahan penggunaan, ketelitian, dan tata letak konten. Temuan ini menegaskan bahwa aspek-aspek kualitatif dari e-CRM yang meningkatkan penyediaan informasi yang relevan dan mudah dipahami secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menggarisbawahi pentingnya kualitas dalam layanan dan manajemen hubungan pelanggan elektronik.

5. SARAN

Bagi pelanggan pengguna Livin' by Mandiri, diharapkan agar mereka dapat

memanfaatkan secara maksimal fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi ini untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan pribadi. Dengan menggunakan fitur-fitur tersebut, pengguna dapat menikmati pengalaman yang lebih baik dalam mengelola keuangan, sehingga dapat membantu mereka dalam mencapai tujuan finansial dengan lebih efektif dan efisien.

Sementara itu, bagi perusahaan, sangat disarankan untuk terus memperkuat *Electronic Service Quality* dan *Electronic Customer Relationship Management*. Ini termasuk meningkatkan ketersediaan, kecepatan, keamanan, relevansi, dan kemudahan penggunaan aplikasi. Penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap kepuasan pengguna dan responsif terhadap masukan yang diberikan. Dengan demikian, perusahaan dapat terus meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan melalui aplikasi, memastikan kepuasan pengguna, dan mempertahankan keterlibatan mereka dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang memiliki kontribusi pada penelitian dapat ditulis di bagian ini. Termasuk pihak yang dapat disebutkan adalah pihak pemberi dana untuk berjalannya penelitian dan atau pihak lain yang terlibat secara tidak langsung dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. O. N. Aisyah, A. T. Sumpala, Y. P. Pasrun, M. Muchtar, and A. Malik, "Implementation of the Dempster Shafer Method in an Expert System for Diagnosing Solanum Lycopersicum Pests and Diseases," *Media Inf. Teknol.*, vol. 1, no. 1, pp. 31–42, 2024.
- [2] P. Arya and D. F. Priambodo, "Wi-Fi Optimization with Wireless Mesh Networks," *Media Comput. Sci.*, vol. 1, no. 1, pp. 61–66, 2024.
- [3] A. M. N. Hidayat and M. Na'im Al Jum'ah, "BIMTEK FTI: Digital Village Governance," *MEKONGGA J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 15–20, 2024.
- [4] A. Riana, "PENGARUH E-SERVICE QUALITY, PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNA APLIKASI MOBILE BANKING LIVIN'BY MANDIRI DI DKI JAKARTA." UNSADA, 2023.
- [5] A. R. Wonua, N. Astaginy, and Ismanto, *Metode Penelitian Kuantitatif*. kendari: Literacy institute, 2020.
- [6] E. H. Fernaldi and I. M. Sukresna, "Analisis Pengaruh Faktor Evaluatif Wisatawan Terhadap Minat Berperilaku Di Masa Depan, Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Tempat Wisata Alam Umbul Sidomukti Semarang)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 127–138, 2017.
- [7] A. Juhria, N. Meinitasari, F. I. Fauzi, and A. Yusuf, "Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee," *J. Manaj.*, vol. 13, no. 1, pp. 55–62, 2021.
- [8] H. Z. Mansyriah, S. Saryadi, and R. S. Dewi, "Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Loyalty dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna New Livin By Mandiri di Kota Semarang," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 195–202, 2023.
- [9] S. B. S. ABDULLAH and P. Purwono, "PENGARUH FASILITAS, CITRA DESTINASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA UMBUL PELEM KLATEN." UIN Surakarta, 2023.
- [10] A. R. Sabila and L. Kusumaningrum, "Analisis kualitas layanan e-commerce SHOPEE dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan (studi kasus: pelanggan shopee di kota tangerang 2020)," *Jl-Tech*, pp. 72–80, 2020.
- [11] O. Januarti and S. Suyatno, "Pengaruh Kualitas Layanan Livin By Mandiri Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT Bank Mandiri Di Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19," *J. Bisnis Dan Pembang.*,

vol. 11, no. 2, pp. 1–13, 2022.