

ABSTRAK

Saat ini teknologi dan internet berkembang dengan pesat. Hal tersebut menyebabkan perubahan persaingan bisnis, tak terkecuali di sektor perbankan. Kini bank bank di Indonesia telah melakukan inovasi teknologi dengan hadirnya aplikasi mobile banking. Dengan adanya mobile banking, bank bank di Indonesia menginginkan posisi kompetitif. Untuk mengetahui posisi yang kompetitif, bank perlu menimbang kepuasan nasabahnya dengan mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanannya. Salah satu pengguna aplikasi mobile banking dengan pengguna terbanyak adalah Brimo. Jika dilihat dari potensi nasabah di Indonesia, generasi Z adalah generasi yang menyumbang jumlah penduduk terbesar. Hal tersebut menjadi tuntutan bagi Bank BRI untuk mengetahui kualitas layanan manakah yang paling berkontribusi bagi kepuasan nasabah generasi Z. Selain fenomena tersebut, pada penelitian sebelumnya ditemukan adanya hasil yang kontradiksi antara pengaruh kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Adanya kesenjangan penelitian terdahulu dan didukung dengan fenomena tersebut yang menjadi tujuan penelitian ini untuk mengembangkan sebuah model empirik dalam mengatasi kesenjangan pengaruh kualitas layanan mobile banking dalam menciptakan kepuasan pengguna aplikasi Brimo di Kota Semarang.

Penelitian dimulai dengan mengembangkan kerangka pemikiran antara kualitas layanan mobile banking yang terdiri dari *reliability*, *security*, *convenience*, *efficiency*, *easy to operate* dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan teori *service dominant logic* dan penelitian sebelumnya sebagai dasar penelitian ini. Selanjutnya diperoleh data sebanyak 103 responden dengan memberikan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Brimo yang termasuk golongan generasi Z berdomisili di Kota Semarang. Kemudian data dianalisis menggunakan metode Regresi Linier Berganda dengan alat *Statistics Package for Social Sciences*.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri variabel *easy to operate* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan *reliability*, *security convenience*, *efficiency* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh hipotesis pada penelitian ini diterima dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT Bank BRI untuk meningkatkan aspek kualitas layanan yang paling signifikan agar tercipta kepuasan nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Mobile Banking, Kepuasan Nasabah, Generasi Z