

## **Pengaruh *E-Service Quality* Pada Aplikasi Ebranch Terhadap *ESatisfaction* Sebuah Perbankan**

**Rachel Marsaulina Sirait<sup>1\*</sup>, Happy Prasetyawati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi, Jakarta, Indonesia  
Email : <sup>1\*</sup>[Rachelsirait98@gmail.com](mailto:Rachelsirait98@gmail.com), <sup>2</sup>[Happy.p.hendrotomo@gmail.com](mailto:Happy.p.hendrotomo@gmail.com)  
(\* : coresponding author)

**Abstrak** - Pertumbuhan pesat transaksi digital di Indonesia saat ini memang sudah tidak bisa diragukan lagi. Transaksi digital dinilai sangat memudahkan masyarakat karena lebih praktis dan efisien. Salah satunya dalam sektor ekonomi. Sekarang ini orang bisa melakukan transaksi ekonomi digital dengan mudah. Bahkan pertumbuhan ekonomi digital semakin pesat semenjak pandemi Covid-19. Untuk menghadapi intensitas tantangan yang semakin berat perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dituntut berfikir kreatif dalam menemukan terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi sehingga memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan perusahaan. Tidak terkecuali Bank BCA, sebagai bank swasta terbesar di Indonesia, Bank BCA harus memperhatikan kualitas layanan digitalnya supaya nasabah dapat bertransaksi dengan nyaman. Maka dari itu penting diadakannya penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan digital BCA yaitu eBranch. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur penilaian pengguna aplikasi eBranch terhadap *e-service quality* aplikasi eBranch. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kusioner kepada 96 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *convenience sampling* di lokasi BCA cabang KCU Kebayoran Baru. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear sederhana. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel *e-service quality* aplikasi eBranch sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*.

**Kata Kunci:** *E-service Quality*, Ebranch, *E-Satisfaction*

**Abstract** - The rapid growth of digital transactions in Indonesia today cannot be doubted. Digital transactions are considered very easy for the community because they are more active and efficient. One of them is in the economic sector. Nowadays people can make digital economy transactions easily. Even the growth of the digital economy has accelerated since the Covid-19 pandemic. To face the intensity of increasingly severe challenges, companies in running their business are required to think creatively in finding breakthrough strategies that are able to create synergies so as to make an optimal contribution to the achievement of company goals. Bank BCA is no exception, as the largest private bank in Indonesia, Bank BCA must pay attention to the quality of its digital services so that customers can transact comfortably. Therefore, it is important to conduct research to find out how service quality affects customer satisfaction in BCA's digital service, eBranch. This study was conducted to measure the eBranch application users' assessment of e-service quality eBranch application. The type of research used in this study is quantitative research. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 96 respondents. Sampling technique In this study, namely: Convenience sampling at the BCA KCU Kebayoran Baru branch. The data analysis technique used is simple linear analysis. The results obtained from this study are variable e-service quality eBranch app Very positive and significant influence on e-satisfaction.

**Keywords:** *E-service Quality*, Ebranch, *E-Satisfaction*

### **1. PENDAHULUAN**

Jurusan *public relations* atau humas merupakan jurusan yang mempelajari tentang teori dan konsep dari hubungan masyarakat dan ilmu komunikasi. Jurusan ini membina mahasiswa untuk dapat memahami dan membangun hubungan dengan *public*. (*Jurusan Public Relations - Info Kuliah & Prospek Kerjanya* | Quipper Campus, n.d.)

Eksistensi *public relations* atau humas sangatlah penting untuk sebuah perusahaan. Seorang humas harus dapat menciptakan, memelihara, dan membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut Qomariah kepuasan konsumen tidak akan tercapai jika humas tidak dapat menjalankan fungsinya dengan baik. (Ningsih & Ghaisani, 2020)

Kepuasan menurut Eboli dan Mazulla adalah gambaran atau pemahaman konsumen mengenai sebuah kualitas jasa atau produk. Jika gambaran atau pemahaman konsumen tersebut tidak merasa puas maka akan berdampak pada perilaku, gagasan serta aksi mengenai kualitas sebuah jasa atau produk tersebut. Sedangkan menurut Grembergern dan Amelinckx kepuasan konsumen adalah bagaimana keinginan yang dirasakan untuk membandingkan sebuah produk agar diterima sesuai dengan apa yang diharapkan (Ningsih & Ghaisani, 2020)

Salah satu perusahaan yang harus memperhatikan kepuasan konsumennya adalah Bank. Bank merupakan salah satu badan usaha yang memegang peranan penting di dalam sektor perekonomian. Menurut UU Perbankan No 10 tahun 1998, peranan bank adalah menyalurkan dan menghimpun dana dari masyarakat.

Fungsi dari bank secara umum adalah menerima berbagai macam bentuk simpanan dari masyarakat, menawarkan dan memberikan kredit kepada pebisnis atau calon pebisnis, melayani masyarakat dalam urusan pembayaran, mengedarkan uang, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank yang baik tidak hanya berfokus terhadap produk, namun juga harus memerhatikan kepuasan nasabahnya karena salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Nasabah yang puas terhadap produk ataupun jasa pelayanan bank, akan memberikan manfaat dan keuntungan yang banyak bagi bank tersebut. Maka meningkatkan kualitas pelayanan juga menjadi hal yang penting di dalam persaingan bisnis (Fahira et al., 2022).

Menurut Berry dan Zeithmal (Thi Hoai Nhung & Ngan, 2022) memberikan layanan *excellent* merupakan strategi penting untuk bisa bertahan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini. Apabila suatu bank dapat memberikan kualitas pelayanan yang *excellent*, nasabah akan merasa puas dan tidak akan beralih dari bank tersebut. (Fahira et al., 2022)

Di era teknologi saat ini, nasabah diberikan kemudahan dengan adanya aplikasi *internet*. Menurut Kolesar & Galbraith menggunakan *internet*, pelanggan akan mendapatkan: 1) kemudahan dalam mengakses informasi tentang produk dan layanan, 2) kemudahan dalam mencari produk atau layanan yang murah. (Asfour & Haddad, 2014)

*E-satisfaction* (kepuasan elektronik) merupakan sebutan untuk *satisfaction* (kepuasan) pada perusahaan yang berbasis *internet* atau *website* atau *ecommerce* dan *service quality* (kualitas layanan) disebut sebagai *e-service quality* (kualitas layanan elektronik). *E-service quality* sangat berkaitan erat dengan adanya *e-satisfaction*. Hasil dari *esatisfaction* tergantung dari mutu *eservice quality* yang diberikan. Jika kinerja *e-service quality* dinilai tidak memenuhi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Namun sebaliknya, jika kinerja *e-service quality* cukup baik atau bahkan melebihi kebutuhan yang diharapkan pelanggan, akan memberikan dampak kepada pelanggan berupa suatu kepuasan (*esatisfaction*). (Tobagus, 2018)

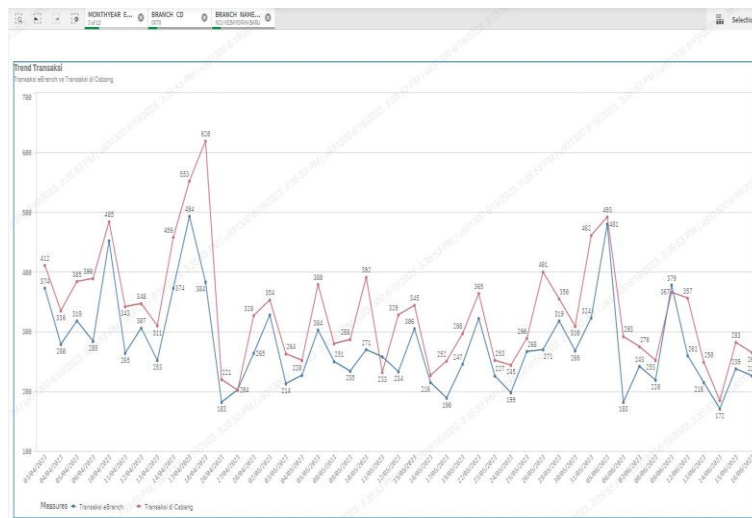
PT Bank Central Asia Tbk mengatakan bahwa lebih dari 80% transaksi nasabahnya sudah menggunakan layanan digital. Menurut Presiden direktur Bank BCA, Jahja Setiaatmadja salah satu faktor dari naiknya transaksi digital adalah karena adanya pandemic Covid-19. (Sidik Syahrizal, 2021). Nasabah BCA saat ini sudah terbiasa dengan menggunakan layanan digital banking. Mulai dari kalangan milenial sampai kalangan *Baby Boomer* terus meningkatkan porsi penggunaan layanan digital banking atau e-banking. Pelayanan e-banking yang BCA tawarkan antaralain BCA *mobile*, *CS Digital*, *eBranch*, *MyBCA*, *Welma*, *Authomatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *Internet Banking*, *QRIS*, *Oneklik*, *SMS/mBanking*, *Phone Banking*, *Video Banking*. (Almayanti et al., 2022)

Layanan digital BCA kini sangatlah mudah dan efisien, dianggap sangat menguntungkan nasabah. Salah satunya mesin *CS Digital*. *CS Digital* merupakan layanan digital *self-service* dengan teknologi yang *user friendly*. Dengan mesin *CS Digital* nasabah dapat mencetak kartu, mendaftarkan kartu konvensional, registrasi m-banking, registrasi klik bca dan berbagai macam transaksi customer service lainnya. Layanan cs digital ini dapat diakses 24 jam sehari di lokasi-lokasi yang ditentukan. Ada juga Klik BCA, yaitu layanan perbankan secara elektronik yang terdapat pada smartphone atau PC. Pada klik BCA nasabah bisa melakukan pemblokiran atm, transfer uang dengan nominal besar,

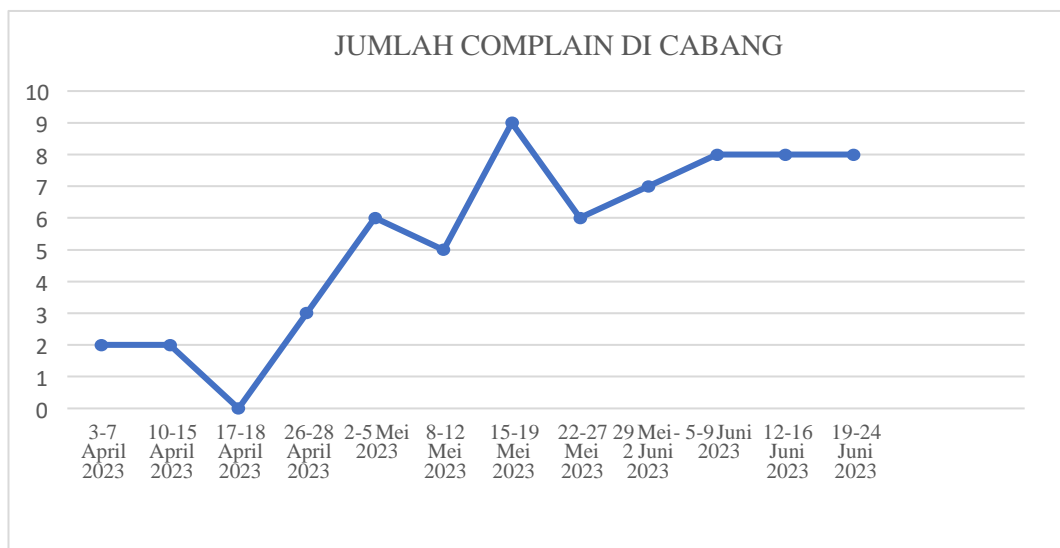
pembayaran tagihan, pembayaran pajak, transaksi mata uang valas keluar negeri. (www.bca.co.id, 2020)

Pada Bank BCA Cabang KCU Kebayoran Baru menaruh perhatian penuh pada salah satu penggunaan *e-service quality* yaitu eBranch. EBranch adalah layanan aplikasi pengganti slip kertas yang digunakan untuk mengisi form transaksi (tarikan, setoran) dengan tujuan untuk mengurangi penggunaan kertas.

Selain untuk media pengisian slip, aplikasi eBranch memberikan keuntungan kepada nasabah dalam memesan mata uang asing atau valas. Nasabah dapat mengetahui cabang terdekat yang memiliki stok mata uang asing, selain itu eBranch memberikan keuntungan bagi nasabah karena kurs yang lebih murah dibandingkan kurs counter dan nasabah tidak perlu mengisi surat pernyataan. (www.bca.co.id, 2020)



**Gambar 1.** Grafik Pengguna Aplikasi EBranch di BCA KCU Kebayoran Baru Periode April-Juni 2023



**Gambar 2.** Grafik Jumlah Komplain Aplikasi EBranch di BCA KCU Kebayoran Baru Periode April-Juni 2023

Dari Grafik 1, dapat dilihat pada grafiknya bahwa garis warna biru (penggunaan eBranch) semakin lama cenderung mendekati garis warna merah (jumlah transaksi harian). Artinya semakin hari semakin banyak pengguna yang menggunakan eBranch untuk bertransaksi.

Berbagai strategi yang digunakan agar semua yang bertransaksi di BCA Cabang KCU Kebayoran Baru dapat menggunakan eBranch sebagai media pengganti form kertas. Namun setelah penggunaannya, masih banyak nasabah yang belum puas terhadap aplikasi eBranch. Dari hasil rekap *complain* mingguan mengenai aplikasi eBranch pada Grafik 2 terdapat bahwa semakin hari *complain* nasabah cenderung semakin banyak ketika nasabah bertransaksi *walk in* di cabang. Hal ini berpengaruh juga karena semakin banyak juga transaksinya yang menggunakan eBranch di cabang. Banyak gangguan pada eBranch pada saat pengoperasiannya dari mulai sistem aplikasi eBranch yang sering error sampai dengan belum memadainya menu-menu pada aplikasi eBranch tersebut.

Menurut Almayanti kualitas layanan merupakan hal yang harus bisa dijaga oleh sebuah perusahaan agar perusahaan tersebut bisa bersaing ditengah perekonomian saat ini. Terutama pada era digital ini, informasi yang berbasis teknologi merupakan suatu hal yang krusial bagi kehidupan masyarakat terutama pebisnis. (Almayanti et al., 2022)

Menurut Kotler dan Keller (2016) *e-satisfaction* atau kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul dari hasil perbandingan sebuah produk atau jasa. Perasaan yang timbul bisa perasaan senang atau kecewa tergantung dari hasil produk dan jasa layanan yang diberikan. Menurut Hansel Jonathan (2013) *e-service quality* mempunyai ikatan erat dengan *esatisfaction*. Itu disebabkan dari pengalaman yang dirasakan pelanggan ketika sedang melakukan transaksi secara langsung. Pernyataan tersebut juga didukung dari penelitian Puspa

Chairunnisa Chesanti dan Retno Setyorini (2018) bahwa *e-service quality* pada suatu aplikasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *e-satisfaction*. (Amira, 2020)

Berdasarkan uraian diatas mengenai latar belakang maka perumusan masalahnya adalah “Apakah terdapat pengaruh *e-service quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* dalam sebuah perbankan ?” dan “Seberapa besar pengaruh dari *e-service quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* dalam sebuah perbankan?”

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *eservice quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* di perbankan dan seberapa besar pengaruhnya *e-service quality* pada aplikasi eBranch terhadap *esatisfaction* pada sebuah perbankan.

Manfaat penelitian dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara praktis yaitu bagi perusahaan adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna eBranch di BCA Cabang KCU Kebayoran Baru

Manfaat secara akademis penelitian bagi Sekolah Tinggi Komunikasi Interstudi sebagai wawasan baru bagi mahasiswa tentang seberapa pengaruhnya *e-service quality* eBranch terhadap *e-satisfaction*.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang sudah membahas topik yang relevan dengan penelitian ini seperti pada jurnal Magdalena Dela Rose Tarigan dengan judul penelitian “Pengaruh *E-Service Quality* Pengguna *Internet Banking* terhadap *Customer Satisfaction*” dihasilkan bahwa beberapa dimensi berpengaruh dan yang lainnya tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi yang berpengaruh positif yaitu efisiensi, kemudahan dalam penggunaan aplikasi, tampilan yang menarik dan kontak yang dapat dihubungi. Sedangkan dimensi *fulfillment* dan *privacy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (Dela & Tarigan, 2017)

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya yaitu jurnal Tirza Tiffani Haria yang berjudul “Pengaruh *E-service Quality* Terhadap *E-satisfaction* Pada Pengguna Aplikasi *Mobile*”, Tirza mengemukakan bahwa variabel *e-service quality* sangat berpengaruh terhadap *esatisfaction* terutama pada produk jasa atau *intangible product*. Selain itu, menurut Tirza aplikasi yang menggunakan produk *tangible* atau produk fisik harus memperhatikan variabel mediasinya, yaitu nilai pengalaman (*experiential value*). (Haria & Mulyandi, 2019)

Demikian juga jurnal yang berjudul “*Impacts of E-service Quality on Customer Satisfaction : A Case Study Of Lazada*” yang ditulis oleh Duong Thi Hoai Nhung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari *eservice quality* yang mempengaruhi *customer satisfaction* Lazada sebagai *ecommerce* terkemuka di Vietnam.

Ditemukan dari penelitian ini bahwa ada 4 (empat) faktor dari *e-service quality* yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada aplikasi Lazada yaitu design dari web, keamanan dari aplikasi, janji yang diberikan oleh aplikasi, dan pelayanan dalam keluhan. (Thi Hoai Nhung & Ngan, 2022)

Beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dari populasi, lokasi, dan teori komunikasi.

## **2.2 Public Relation**

Menurut kamus Fund dan Wagnal (2005) *Public Relations* adalah suatu kegiatan dan usaha yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk menghasilkan dan menjaga suatu sikap dan *feedback* yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan sesuatu dan sepek terjangnya. (Hamrianto, 2022)

Setiap perusahaan perlu adanya *Public Relations* karena sebagai media perantara penyampaian informasi bagi perusahaan tentang seberapa besar kepuasan publik atau konsumen terhadap apa yang diciptakan perusahaan tersebut. (Hamrianto, 2022)

Menurut Bertrand R Canfil dan Bambang Siswanto (1992) dalam buku *Public Relations dan problem* mengatakan bahwa fungsi dari PR terdiri dari 3 yaitu :

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum Tugas *Public Relations* adalah untuk menghasilkan sikap yang menyenangkan antara organisasi dengan publik. Dan kemudian sikap itu harus dibina dengan sebaik-baiknya. *Public Relations* yang mengutamakan kepentingan umum akan menciptakan rasa kepuasan dari pihak publik terhadap organisasi atau individu.
2. Memelihara hubungan yang baik. Hubungan yang baik harus senantiasa dijaga agar tujuan dari organisasi dan individu bisa tercapai. Oleh karena itu, *Public Relations* harus bisa mencegah ketegangan dan memelihara hubungan agar selalu harmonis antara organisasi dengan organisasi lainnya.
3. Menitikberatkan usaha dan tingkah laku yang baik Kegiatan *Public Relations* harus berjalan dengan moral dan kelakuan yang baik. Tujuannya untuk menciptakan sikap yang menyenangkan dan suasana yang harmonis. (Hamrianto, 2022)

Peran utama seorang *Public Relations* pada sebuah perusahaan adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal dan eksternal perusahaan. Kepuasan konsumen tidak akan tercapai jika *Public Relations* tidak menjalankan fungsinya dengan baik. Oleh karena itu, *Public Relations* harus bisa melakukan pembinaan hubungan baik kepada masyarakat sampai terbentuk suatu kepercayaan dan kepuasan dari masyarakat sehingga menciptakan keuntungan antara masyarakat dan perusahaan. (Ningsih & Ghaisani, 2020)

## **2.3 Kualitas Pelayanan (E-Service Quality)**

Menurut Chase and Aquilano *e-Service Quality* (Dayani et al., 2022) adalah sebuah kemampuan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan fasilitas pembelian, jasa,

pengiriman produk dengan berbasis *internet* atau *website* kepada pelanggan yang dilakukan secara efektif dan efisien.

*E-service quality* berada diantara ekspektasi pelanggan terhadap layanan dan persepsi pelanggan setelah menggunakan layanan tersebut. (Thi Hoai Nhung & Ngan, 2022).

Menurut Zeithmal et al (2019) terdapat 7 (tujuh) dimensi pada *e-service quality* (Tobagus, 2018) :

1. *Efficiency*  
Suatu bentuk kemudahan dan kecepatan dalam mengakses sebuah aplikasi.
2. *Fulfillment*  
Janji kepada nasabah yang harus terpenuhi oleh aplikasi.
3. *System availability*  
Fungsi dari sistem aplikasi yang berjalan sebagaimana mestinya.
4. *Privacy*  
Jaminan keamanan aplikasi tentang data dan transaksi nasabah.
5. *Responsiveness*  
Kemampuan dari aplikasi untuk menangani masalah yang terjadi.
6. *Compensation*  
Sejauh mana aplikasi mekompensasi nasabah terhadap masalah.
7. *Contact*  
Ketersediaan bantuan berupa telepon atau perwakilan *online* lainnya yang digunakan untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh nasabah.

#### **2.4 Kepuasan Pelanggan (*E-Satisfaction*)**

Menurut Trivedi & Yadav (2020) *E-Satisfaction* didefinisikan sebagai hasil dari kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah melakukan pembelian suatu produk atau menerima pelayanan dari penyedia fasilitas. (Purnamasari & Suryandari, 2023). Tingkat kepuasan pelanggan tergantung dari bagaimana berhasil dan efektif suatu perusahaan dalam mengimplementasikan kegiatan usahanya. (Ulum & Muchtar, 2018).

Menurut Ranjbarian et al (2012) dimensi *e-satisfaction* yang dipergunakan secara umum yaitu, (Tobagus, 2018)

1. *Convenience*  
Chen et al mengatakan bahwa *convenience* kenyamanan yang mengarah kepada kehematan waktu dan usaha konsumen dalam betransaksi. Terdapat 3 (tiga) faktor yaitu *time*, *convenience*, dan *ease of browsing*.
2. *Merchandising*  
Segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang disajikan oleh perusahaan. Ada 3 faktor dari *merchandising* adalah *number of offerings*, *variety of offerings*.
3. *Site design*  
Desain situs web yang baik adalah tentang tampilan layar yang tidak berantakan, jalur pencarian yang sederhana, presentasi yang sederhana dan mudah dicari. Faktor pada *site design* adalah *web design*, *navigation structure*, *interface*, *fast presentation*, dan *updated information*.

4. *Security*

Segala usaha yang bertujuan untuk menjaga keamanan data dan informasi konsumen. Faktorfaktornya adalah *privacy* dan *financial security*.

5. *Serviceability*

Feedback yang diberikan dari konsumen mengenai kenyamanan, situs web, harga, kualitas, dan keamanan. Faktor yang dipengaruhi adalah *complaints*, *redressal*, *customer support*, *return policy*, *purchase order*, *post service*.

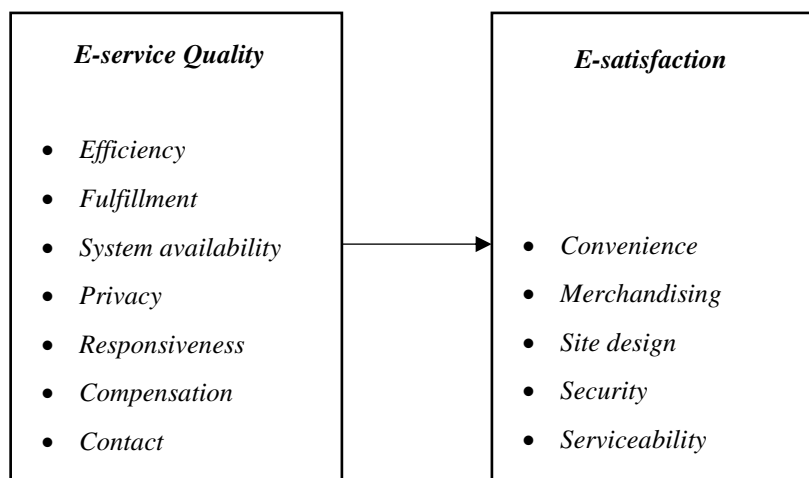
**2.5 EBranch**

EBranch adalah slip *online* yang diluncurkan oleh PT Bank Central Asia tahun 2017. Aplikasi eBranch diisi oleh nasabah sebelum bertransaksi di cabang dengan tujuan lebih cepat dan nyaman. Menu yang ada di aplikasi eBranch antara lain; setoran, tarikan, kirim uang ke bank lain, mata uang valas, pengajuan kartu kredit, internet banking/m-banking, mata uang asing, transfer valuta asing. Keuntungan dari penggunaan eBranch adalah form dapat diisi dimana pun dan kapanpun, sistemnya terintegrasi ke seluruh cabang BCA sehingga dapat bertransaksi di cabang manapun, dapat memilih waktu yang diinginkan jika menggunakan eBranch Apps. (BCA - EBranch, n.d.)

EBranch bisa digunakan dengan 2 (dua) cara yaitu dengan download aplikasi di Android atau IOS (eBranch Apps), bisa juga dari website ebranch.bca.co.id (eBranch Web). EBranch Apps artinya nasabah harus mendownload aplikasi terlebih dahulu pada Appstore ataupun Playstore. Nasabah juga perlu mendaftar dan mengaktifasi email untuk dapat masuk ke aplikasi eBranch. Sedangkan eBranch Web nasabah tidak perlu mendownload dan dapat mengisi form langsung di website eBranch dengan mudah. Nasabah tidak perlu mendaftarkan emailnya, hanya perlu *scan barcode* yang sudah disiapkan di cabang. (BCA - EBranch, n.d.)

EBranch apps dinilai lebih banyak memberikan kemudahan untuk nasabah karena memiliki menu yang lebih lengkap dibandingkan eBranch web. Menu yang tidak ada pada eBranch web adalah transaksi valas dan reservasi teller/cso. Dimana jika nasabah bertransaksi valas menggunakan eBranch, nasabah akan mendapatkan keuntungan kurs yang lebih murah dibandingkan di *counter*. Nasabah juga dapat mempermudah transaksinya dengan menggunakan fitur reservasi waktu kunjungan di cabang terdekat. (BCA - EBranch, n.d.)

Keluhan terkait eBranch dapat disampaikan langsung ke cabang terdekat atau dengan telfon ke halo BCA 1500888. Pengaduan yang disampaikan oleh pengguna eBranch harus selambarnya 3 (tiga) bulan dari tanggal terjadinya transaksi. (BCA - EBranch, n.d.)



**Gambar 3.** Model Analisis

Sumber : Olah Data Penelitian Tahun 2023

## 2.6 Hipotesis

Menurut Lolang (2015) Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap hasil penelitian yang dilakukan. (Savira Sanida & Prasetyawati, n.d.)

Berdasarkan model analisis, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Diduga tidak terdapat pengaruh *e-service quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* sebuah perbankan.

H<sub>a</sub> : Diduga terdapat pengaruh *eservice quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* sebuah perbankan.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti sampel dan populasi tertentu. (Tobagus, 2018)

#### a. Populasi

Kesimpulan dari Sugiyono (2015), populasi merupakan suatu daerah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek dengan jumlah dan ciri tertentu untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Whimphie Billyarta et al., 2021)

Pengukuran populasi dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu 1) infinite population adalah populasi yang tidak dapat dihitung karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga sulit dihitung dengan tepat. 2) finite population adalah populasi yang dapat dihitung karena jumlahnya jelas dan terukur. (Aulia, 2022)

Adapun populasi pada penelitian ini adalah pengguna yang bertransaksi di BCA cabang KCU Kebayoran baru dengan menggunakan aplikasi eBranch. Jika dilihat dari objek penelitian ini, jumlah populasinya digolongkan ke dalam infinite population karena jumlah pengguna yang bertransaksi di BCA Cabang KCU Kebayoran Baru tidak dapat diketahui.

#### b. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik tak acak (*non-probability sampling*). Menurut (Ayomi, 2021) Sampling non- acak (*non-probability sampling*) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak didasarkan pada hukum probabilitas sehingga tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling kemudahan (*convenience sampling*), yaitu teknik pengambilan sampel yang paling umum karena cepat, murah dan mudah. (Ayomi, 2021)

Karakteristik sampel pada penelitian ini adalah:

1. Pengguna yang sudah menggunakan eBranch minimal selama 3 (tiga) bulan. Alasan diberlakukan minimal pemakaian aplikasi untuk pemahaman nasabah terhadap eBranch, karena mereka yang bertransaksi minimal 3 (tiga) bulan dianggap memiliki kepekaan informasi tentang aplikasi yang mereka gunakan tersebut.
2. Pengguna sudah pernah bertransaksi menggunakan eBranch minimal 3 (tiga) kali. Pengambilan sampel berdasarkan jumlah transaksi minimal karena dengan bertransaksi minimal 3 (tiga) kali, berarti nasabah merasa nyaman menggunakan eBranch.

Mengingat jumlah transaksi harian aplikasi eBranch di BCA KCU Kebayoran Baru fluktuatif, maka pada penelitian ini digunakan rumus lemeshow untuk menghitung banyaknya jumlah responden karena jumlah populasi tidak dapat



diketahui (Lemeshow et al 1990)

$$n = Z^2P(1-P)/d^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standart = 1,96

P = Estimasi proporsinya, biasanya 0,5 sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menentukan besaran sampel.

d = Presisi yang digunakan adalah 0,1 atau *sampling error* = 10%

Kemudian dengan menggunakan tersebut diperoleh sampel sebanyak 96 responden.

### 3.2 Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner menurut Arikunto (2002) adalah pertanyaan tertulis yang diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi pribadinya atau hal hal yang diketahuinya. (Ulum & Muchtar, 2018)

#### a. Skala Pengukuran

Untuk kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* untuk memberikan beberapa pilihan jawaban dikarenakan skala ini mampu mengukur sikap dan pendapat setiap individu maupun kelompok. (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

Skala ini terdiri dari 5 (lima) kategori sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) diberikan Skor 5
2. Setuju (S) diberikan Skor 4
3. Netral (N) diberikan Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) diberikan Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) diberikan Skor 1

#### b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *software* SPSS versi 2.9

### 3.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas adalah uji yang dipergunakan untuk menyatakan pertanyaan pada pada kuisoner valid atau tidak. Cara melakukan uji validitas bisa dengan cara uji KMO (Kaiser-MeyerOlkin). Uji KMO adalah uji untuk melihat kelayakan dari setiap indikator. Skala pengujian ini berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai KMO kurang dari 0,5 maka indikator tersebut tidak layak diuji, sebaliknya jika nilai KMO lebih besar dari 0,5 maka indikator tersebut layak untuk diuji. (Aldevita Putri Damayanti, 2023) Uji Reliabilitas adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran suatu kuisoner. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena alat penelitian ini berupa angket dan skala bertingkat. Kuisoner dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

### 3.4 Univariat

Uji univariat adalah uji untuk melihat hasil parameter dari masing masing indikator. Variabel yang diuji dengan uji univariat hanya satu macam saja. (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

### 3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana yaitu regresi linier yang hanya melibatkan dua (2) variabel (variabel x dan y). Analisis ini digunakan untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh *e-service quality*

aplikasi eBranch terhadap e-service quality pada Bank BCA Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05 yang merupakan ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian. Kriteria pengukuran diketahui sebagai berikut :

1. Jika nilai sig. < 0,05 maka variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *independent*.
2. Jika nilai sig. > 0,05 maka variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. (Tobagus, 2018)

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel diperoleh kriteria pengujian:

1. Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *independent*.
2. Jika nilai t hitung < t tabel maka variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X = Variabel independent

a = Konstanta

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi dan Determinasi

Menurut Sugiyono (2021) dengan melihat seberapa kuat hubungan antara variabel independent dan dependen secara bersamaan dengan dilakukan uji koefisien korelasi dan determinasi. (Savira Sanida & Prasetyawati, n.d.)

**Tabel 1.** Tabel Interpretasi Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

**Tabel 2.** Tabel Interpretasi Determinasi

Koefisien Determinasi	Tingkat Pengaruh
0%-19,99%	Sangat Lemah

20%-39,99%	Lemah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat Kuat

Sumber (Aldevita Putri Damayanti, 2023)

### 3.7 Operasional Konsep

Operasional konsep adalah pernyataan – pernyataan yang digunakan untuk menghitung variabel yang akan diaplikasikan dalam sebuah eksperimen. Pernyataan tersebut yang akan menjadi sebuah parameter sehingga memudahkan pemahaman responden. (Aprillia, 2023)

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggunakan 96 sampel yang diteliti di BCA Cabang KCU Kebayoran Baru. Karakteristik dari responden adalah sudah pernah menggunakan aplikasi eBranch sebanyak minimal 3 (tiga) kali dan selama minimal 3 (tiga) bulan.

### 4.1 Karakteristik Responden

Pada Berdasarkan karakteristik dari kusioner yang diberikan diketahui jenis kelamin perempuan lebih mendominasi yaitu sebanyak 58. Usia reponden didominasi diantara usia 27 tahun sampai 32 tahun. Berdasarkan tabel diatas responden mayoritas berlulusan universitas. Diketahui profesi responden mayoritas sebagai karyawan sebanyak 84. Dan berdasarkan pengeluaran perbulan responden, diketahui paling banyak responden menghabiskan lebih dari Rp 5.569.001 per bulan.

Tabel 3. Jenis Kelamin

	Valid		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
Frequency	38	58	96
Percent	39.6	60.4	100.0
Valid Percent	39.6	60.4	100.0
Cumulative Percent	39.6	100.0	

Sumber : Olah Data SPSS

Tabel 4. Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>45 Tahun	12	12.5	12.5	12.5
	17-21 Tahun	12	12.5	12.5	25.0
	22-26Tahun	33	34.4	34.4	59.4
	27-32 Tahun	39	40.6	40.6	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Sumber : Olah Data SPSS

**Tabel 5.** Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Akademik	11	11.5	11.5	11.5
	SMA	29	30.2	30.2	41.7
	Universitas	56	58.3	58.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Olah Data SPSS

**Tabel 6.** Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan	84	87.5	87.5	87.5
	Mahasiswa	7	7.3	7.3	94.8
	Pelajar	2	2.1	2.1	96.9
	Wirasahawan	3	3.1	3.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber : Olah Data SPSS

**Tabel 7.** Pengeluaran Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> IDR. 5.569.001	36	37.5	37.5	37.5
	IDR. 1.226.001-2.562	11	11.5	11.5	49.0
	IDR. 2.562.001-3.453	11	11.5	11.5	60.4
	IDR. 3.453.001-4.460	12	12.5	12.5	72.9
	IDR. 4.460.001-5.569	25	26.0	26.0	99.0
	IDR. 5.569.001	1	1.0	1.0	100.0
Total	96	100.0	100.0		

Sumber : Olah Data SPSS

#### 4.2 Hasil Uji Validitas

Kusioner diuji kepada 96 responden dengan 36 pernyataan. Terdapat dua variabel dalam penelitian diantaranya variabel *independent* (X) yaitu *e-service quality* dan variabel *dependent* (Y) yaitu *e-satisfaction*. Kusioner tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $r_{tabel} = 0,1689$ ).

**Tabel 8.** Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	r-hitung X	r-tabel pada N=94	Ket
1	0.898	0,1689	Valid
2	0.893	0,1689	Valid
3	0.912	0,1689	Valid
4	0.950	0,1689	Valid
5	0.875	0,1689	Valid
6	0.901	0,1689	Valid
7	0.801	0,1689	Valid

8	0.917	0,1689	Valid
9	0.907	0,1689	Valid
10	0.916	0,1689	Valid
11	0.922	0,1689	Valid
12	0.846	0,1689	Valid
13	0.884	0,1689	Valid
14	0.892	0,1689	Valid
15	0.917	0,1689	Valid
16	0.873	0,1689	Valid
17	0.912	0,1689	Valid
18	0.904	0,1689	Valid
19	0.868	0,1689	Valid
20	0.934	0,1689	Valid
21	0.785	0,1689	valid

Sumber : Olah Data SPSS

**Tabel 9.** Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	r-hitung Y	r-tabel pada N=94	Ket
1	0.924	0,1689	Valid
2	0.875	0,1689	Valid
3	0.922	0,1689	Valid
4	0.912	0,1689	Valid
5	0.931	0,1689	Valid
6	0.892	0,1689	Valid
7	0.948	0,1689	Valid
8	0.979	0,1689	Valid
9	0.967	0,1689	Valid
10	0.907	0,1689	Valid
11	0.913	0,1689	Valid
12	0.855	0,1689	Valid
13	0.934	0,1689	Valid
14	0.935	0,1689	Valid
15	0.939	0,1689	Valid

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pernyataan di setiap variabel X dan Y adalah valid karena r hitung lebih besar dari r tabel ( r tabel=0.1689).

#### 4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas. Dalam penelitian ini uji realibilitas menggunakan *Cronbach Alpha* yang mana jika hasilnya  $> 0.6$  maka pernyataan tersebut reliabel.

**Tabel 10.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.986	21

Sumber : Olah Data SPSS

**Tabel 11.** Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.987	15

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas diketahui pernyataan yang ada pada variabel X yaitu *e-service quality* dan Y yaitu *e-satisfaction* memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0.6 yaitu sebesar  $X=0.986$  dan  $Y=0.987$ . Artinya pernyataan-pernyataan tersebut reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

#### 4.4 Hasil Uji Univariat

**Tabel 12.** Pernyataan Variabel X

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X.1	97	3.00	5.00	4.7113	.59440
X.2	97	3.00	5.00	4.6907	.58382
X.3	97	3.00	5.00	4.6392	.63222
X.4	97	2.00	5.00	4.6392	.67985
X.5	97	2.00	5.00	4.5773	.68973
X.6	97	2.00	5.00	4.6186	.69886
X.7	97	1.00	5.00	4.3711	.85780
X.8	97	2.00	5.00	4.6495	.66209
X.9	97	2.00	5.00	4.6701	.60762
X.10	97	3.00	5.00	4.6907	.54698
X.11	97	2.00	5.00	4.6804	.63814
X.12	97	3.00	5.00	4.6804	.58713
X.13	97	2.00	5.00	4.5773	.71930
X.14	97	2.00	5.00	4.5258	.69361
X.15	97	2.00	5.00	4.5979	.67175
X.16	97	2.00	5.00	4.5979	.70208
X.17	97	3.00	5.00	4.5773	.68973
X.18	97	3.00	5.00	4.5979	.65606
X.19	97	3.00	5.00	4.6186	.61987
X.20	97	2.00	5.00	4.5876	.70345
X.21	97	1.00	5.00	4.5876	.71811
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Olah Data SPSS

Dari tabel variabel *independent* di atas terdapat bahwa nilai-nilai dari setiap pernyataan variabel *independent* yaitu *eservice quality* sudah di atas rata-rata setuju. Namun, nilai terendah terdapat pada pernyataan no tujuh (7).

**Tabel 13.** Pernyataan Variabel Y

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
Y.1	97	2.00	5.00	4.6598	.70543	
Y.2	97	3.00	5.00	4.6907	.56570	
Y.3	97	2.00	5.00	4.6598	.70543	
Y.4	97	2.00	5.00	4.6495	.61307	
Y.5	97	2.00	5.00	4.6495	.67764	
Y.6	97	2.00	5.00	4.5567	.70665	
Y.7	97	2.00	5.00	4.6495	.64616	
Y.8	97	2.00	5.00	4.6289	.69701	
Y.9	97	2.00	5.00	4.6289	.71180	
Y.10	97	2.00	5.00	4.6082	.67015	
Y.11	97	2.00	5.00	4.6804	.63814	
Y.12	97	2.00	5.00	4.6289	.74049	
Y.13	97	2.00	5.00	4.6289	.71180	
Y.14	97	2.00	5.00	4.6186	.71361	
Y.15	97	2.00	5.00	4.6598	.65965	
Valid N (listwise)	97					

Sumber: Olah data SPSS

Dari tabel di atas didapati bahwa semua pernyataan dari variabel *dependent* yaitu *e-satisfaction* sudah semua setuju. Artinya bahwa setiap pengguna eBranch rata-rata sudah puas terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi eBranch.

#### 4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini uji yang digunakan uji t (uji signifikansi)

**Tabel 14.** Uji T

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.405	2.479		.163	.871		
	XTOTAL	.714	.025	.945	28.111	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: YTOTAL

**Tabel 15.** Titik Persentase Distribusi t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392	
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262	
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135	
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011	
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890	
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772	
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657	
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544	
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434	
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327	
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222	
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119	
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019	
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921	
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825	
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731	
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639	
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549	
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460	
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374	

Dapat diketahui bahwa  $t$  hitung (28.111) >  $t$  tabel (1.984) jadi kesimpulannya bahwa *e-service quality* aplikasi eBranch berpengaruh terhadap *esatisfaction*. Berdasarkan hasil dari tabel diatas terdapat persamaan regresinya adalah sebagai berikut

$$Y = 0,405 + 0,714X$$

Angka dengan nilai 0,405 merupakan kostanta bahwa nilai konsisten variabel *e-satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,405, artinya jika variabel *e-service quality* (X) nilainya adalah 0, maka variabel *e-satisfaction* (Y) nilainya adalah sebesar 0,405. Seandainya ada penambahan satu (+1) nilai atau angka pada variabel *e-service quality* (X) maka akan ada kenaikan pada variabel *esatisfaction* (Y) sebesar 1,119. Semakin tinggi kualitas layanan aplikasi eBranch yang diberikan maka kepuasan pengguna akan semakin tinggi.

#### 4.6 Hasil Uji Kolerasi dan Uji Determinasi

Uji ini untuk mengetahui sebesar besar pengaruh variabel X yaitu *e-service quality* terhadap variabel Y yaitu *esatisfaction*.

**Tabel 16.** Uji Kolerasi dan Uji Determinasi

<b>Model Summary</b>		Model 1
<b>R</b>		.945 <sup>a</sup>
<b>R Square</b>		.894
<b>Adjusted R Square</b>		.893
<b>Std. Error of the Estimate</b>		3.08472
<b>Change Statistics</b>	<b>R Square Change</b>	.894
	<b>F Change</b>	790.224
	<b>df1</b>	1
	<b>df2</b>	94
	<b>Sig. F Change</b>	<.001

a. Predictors: (Constant), XTOTAL

Sumber : Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara variabel *e-service quality* dengan *esatisfaction* adalah 0,945 yang artinya hubungan kedua variabel tersebut **sangat kuat**. Sedangkan koefisien determinasi sebesar 0,894 yang artinya 89,4%. Artinya pengaruh *e-service quality* pada aplikasi eBranch terhadap *e-satisfaction* **sangat kuat**.

## 5. KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian, didapati bahwa terdapat pengaruh dari variabel *eservice quality* terhadap variabel *esatisfaction*.

Dari pengujian di atas terdapat bahwa variabel *independent* yaitu *eservice quality* dengan *dependent esatisfaction* hubungannya sangat kuat. Dan pengaruh *e-service quality* aplikasi eBranch sangat kuat terhadap *esatisfaction*.

### 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



1. Bagi PT Bank Central Asia, berdasarkan hasil dari survey responden, terdapat aspek yang terendah yaitu system availability, maka dari itu diharapkan sistem pada aplikasi eBranch dapat diperbaiki dan ditingkatkan kualitas sistem agar meminimalkan terjadinya kesalahan sistem selama proses transaksi berlangsung
2. Bagi peneliti selanjutnya Akan lebih baik jika penelitian ini juga dilakukan pada industry lainnya agar lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldevita Putri Damayanti. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Hoax dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penyebaran Berita Hoax di Media Sosial Tiktok Artikel Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi Jakarta.
- Almayanti, W., Studi Manajemen, P., Ekonomi, F., Singaperbangsa Karawang Karawang Indonesia, U., & Kunci, K. (2022). Pengaruh Mobile Banking EService Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA di Wilayah Karawang The Effect of Mobile Banking EService on E-Loyalty Mediated by E-Satisfaction Case Study on BCA Mobile Banking Users in the Karawang Region.
- Amira, A. A. (2020). Pengaruh EService Quality Terhadap Customer Satisfaction Aplikasi Shopee (Effect of E-Service Quality On Customer Satisfaction Shopee Application).
- Aprillia, G. V. (2023). STRATEGI PUBLIC RELATIONS MUSTIKA RATU DALAM MEMPENGARUHI BRAND IMAGE MELALUI INOVASI PRODUK BARU ARTIKEL JURNAL ILMIAH SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI INTERSTUDI PROGRAM STUDI SARJANA ILMU KOMUNIKASI JAKARTA 2023. Asfour, H. K., & Haddad, S. I. (2014). The Impact of Mobile Banking on Enhancing Customers' E-Satisfaction: An Empirical Study on Commercial Banks in Jordan. *International Business Research*, 7(10). <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n10p145>
- Aulia, R. (2022, October). Apa itu Populasi Tertentu dan Populasi Tak Tentu? - Globalstatistik Academic. Globalstatistik Academic <https://www.globalstatistik.com/apa-itu-populasi-tertentu-danpopulasi-tidak-tentu/>
- Ayomi, G. (2021). Mengenal NonProbability Sampling dalam Teknik Pengambilan Sampel | Laboratorium Analisis Data dan Rekayasa Kualitas SRK. [https://lab\\_adrk.ub.ac.id/id/mengenal-non-probabilitysampling-dalam-teknikpengambilan-sampel/](https://lab_adrk.ub.ac.id/id/mengenal-non-probabilitysampling-dalam-teknikpengambilan-sampel/)
- BCA - eBranch. (n.d.). BCA . Retrieved April 12, 2023, from <https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/e-banking/eBranch>
- Dayani, A., Kresnamurti Rivai, A., & Aditya, S. (2022). The Impact Of E-Service Quality and Brand Trust On Repurchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening For Telemedicine Application Users. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb>
- Dela, M., & Tarigan, R. (2017). PENGARUH E-SERVICE QUALITY PENGGUNA INTERNET BANKING TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION (Studi Pada Nasabah Bank Central Asia di Kota Malang).
- Fahira, A., Inda, T., Rahma, F., & Syahriza, R. (2022a). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP ESATISFACTION NASABAH BANK SUMUT SYARIAH (Vol. 15, Issue 1).
- Fahira, A., Inda, T., Rahma, F., & Syahriza, R. (2022b). Pengaruh E-service Quality Terhadap Esatisfaction Nasabah Bank Sumut Syariah (Vol. 15, Issue 1).
- Hamrianto. (2022a). PERAN PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN KEPUASANPELANGGAN DI RUMAH SAKIT AWAL BROS PEKANBARU.
- Hamrianto. (2022b). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.
- Haria, T. T., & Mulyandi, M. R. (2019). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna Aplikasi Mobile. 135–140. <https://doi.org/10.33510/slki.2019.135-140> <https://www.bca.co.id/> (2020, December). BCA. <https://www.bca.co.id/>
- Jurusan Public Relations - Info Kuliah & Prospek Kerjanya | Quipper Campus. (n.d.). Retrieved July 1, 2023, from <https://campus.quipper.com/majors/id-public-relations>
- Ningsih, C., & Ghaisani, A. P. (2020). PENGARUH KEGIATAN PUBLIC RELATIONS TERHADAP KEPUASAN INFORMASI PIALANG JAKARTA FUTURES EXCHANGE THE EFFECT OF PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES ON INFORMATION SATISFACTION IN JAKARTA FUTURES EXCHANGE BROKERAGES. <http://ejournal.unis.ac.id/index.php/DK/index>

- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). Effect of E-Service Quality on E-Repurchase Intention in Indonesia Online Shopping: E-Satisfaction and ETrust as Mediation Variables. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 155–161. <https://doi.org/10.24018/ejbmr>. 2023.8.1.1766
- Savira Sanida, D., & Prasetyawati, H. (n.d.). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @infobekasi.coo Terhadap Followers Dalam Mendapatkan Kebutuhan Informasi. *Inter Script: Journal of Creative Communication* ], V(1), 1–17. <https://instagram.com/infobekasi.coo>
- Sidik Syahrizal. (2021). Bos BCA Sebut 80% Transaksi Banknya Sudah Digital, ATM Turun. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210723160134-17263156/bos-bca-sebut-80transaksi-banknya-sudahdigital-atm-turun>
- Thi Hoai Nhung, D., & Ngan, N. T. (2022). Impacts of E-service Quality on Customer Satisfaction: A Case Study of Lazada. *VNU JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS*, 2(2). <https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4676>
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap ESatisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia (Vol. 6, Issue 1).
- lum, F., & Muchtar, R. (2018). Whimphe Billyarta, G., PENGARUH E-SERVICE Sudarusman, E., & Tinggi Ilmu QUALITY TERHADAP E- Manajemen YKPN, S. (2021). CUSTOMER SATISFACTION Pengaruh Kualitas Layanan WEBSITE START-UP Elektronik (E-Servqual) KAOSYAY. *Jurnal Tekno Terhadap Kepuasan Konsumen Kompak*, 12(2), 68. Pada MarketPlace Shopee di <https://doi.org/10.33365/jtk.v12> Sleman DIY. 12.156