



PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI FINTECH ADIRAKU PT. ADIRA FINANCE SYARIAH SATELLITE BALUNG

Nur Istianah Putri¹, Abdul Ghafur² & Moh. Samsul Arifin³

^{1,2&3}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Zainul Hasan Probolinggo*

Email : nuristianahp@gmail.com, abdghafur1987@gmail.com, mohsamsularifin70@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku pada PT. Adira Finance Syariah Balung. Pada zaman digitalisasi saat ini yang berkembang pesat PT. Adira Finance Syariah Balung bergerak dibidang *Startup*, badan usaha yang berjalan dan fokus pada pengembangan kualitas target pasar yang bergerak dibidang digital. Jenis *Startup*, terbagi menjadi dua jenis yaitu *e-commerce* dan *fintech*. PT. Adira Finance termasuk dari perusahaan yang bergerak di bidang *Startup*, salah satu perusahaan yang menggunakan aplikasi *fintech*. Masalahnya persepsi kemudahan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku masih minim penggunaanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik *sampling* sensus dan *sampling* jenuh. Populasi yang digunakan oleh peneliti ialah nasabah aktif Adiraku yang menggunakan aplikasi Adiraku pada bulan Januari 2024. Dengan jumlah populasi sebanyak 54 responden pada Adira Satellite Balung, Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel total atau sensus. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil tersebut, variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif, artinya dua variabel persepsi kepercayaan dan kemudahan menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Aplikasi Fintech.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of perceived ease and customer trust in using the Adiraku fintech application at PT. Adira Finance Syariah Balung. In the current era of rapidly developing digitalization, PT. Adira Finance Syariah Balung operates in the Startup sector, namely business entities that run and focus on developing the quality of target markets that operate in the digital sector. Startup types are divided into two types, namely e-commerce and fintech. PT. Adira Finance is a company operating in the Startup sector, one of the companies that uses fintech applications. The problem is that customer perceptions regarding ease and trust in using the Adiraku fintech application are still minimal. In this research, researchers used a quantitative approach method with census sampling techniques and saturated sampling. The population used by researchers is active Adiraku customers who used the Adiraku application in January 2024. With a population of 54 Adira Satellite Balung respondents, this research used a total sampling or census method. The research results obtained show that the perceived comfort variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on these results, the perception of trust, comfort and trust factors have a good and significant influence on customer satisfaction in utilizing the Adiraku fintech application, which is indicated by the positive influence of these variables.

Keywords : Perception of Convenience, Perception of Trust, Customer Satisfaction, Fintech Applications.

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi, semua aktivitas manusia dipengaruhi oleh perkembangan teknologi termasuk aktivitas dan transaksi keuangan secara langsung maupun tidak langsung (Deliyana et al, 2022).

Penuturan dari (Billah & Nuntupa, 2021), *fintech* merupakan pengelolaan uang dengan basis teknologi. *Fintech* sudah menjadi perhatian masyarakat saat ini, karena layanan ini menyediakan berbagai fitur layanan dalam mempermudah dari sisi keuangan yang digunakan dalam instansi keuangan seperti halnya koperasi, perbankan dan asuransi.

Mengikuti perkembangan teknologi, Adira Finance hadir dengan sebuah gebrakan baru yakni meluncurkan sebuah aplikasi *fintech*. Nasabah yang ingin melakukan pembayaran angsuran namun terhalang jarak, waktu dan permasalahan teknis lainnya dapat menggunakan aplikasi Adiraku.

Adira Finance didirikan pada tahun 1990 dan mulai beroperasi pada tahun 1991. Adira finance terbagi menjadi dua bagian yaitu Adira finance konvensional dan Adira finance syariah. Namun fokus penelitian ini tertuju pada Adira Finance Syariah Satellite Balung. Sementara Adira Finance cabang Jember Satellite Balung didirikan pada tahun 2013. Sebagai perusahaan pembiayaan, Adira Finance menyediakan berbagai layanan pembiayaan seperti pembiayaan mobil dan motor baru maupun bekas dengan ketentuan tahun 2014-2020. Tentunya dalam hal ini terdapat beberapa perbedaan dalam pembiayaan yang diterapkan pada pembiayaan konvensional maupun pada pembiayaan syariah.

Aplikasi Adiraku dirilis pada tahun 2020 dan telah diunduh lebih dari 3 juta pengguna. Namun penggunaan aplikasi Adiraku masih sangat minim digunakan nasabah. Dibuktikan dengan nasabah Adira Finance Balung yang menggunakan aplikasi ini tidak lebih dari 5% dari jumlah nasabah.

Dari hasil observasi awal, jumlah nasabah di Adira Finance Balung yang aktif

menggunakan aplikasi Adiraku berjumlah 54 orang. Faktor yang mempengaruhi nasabah untuk bersedia menggunakan aplikasi tersebut adalah karena kemudahan yang dirasakan akan manfaat dari aplikasi, dan nasabah merasa puas akan hal tersebut. Selain itu, faktor lainnya yaitu kepercayaan digunakan sesuai dengan yang diharapkan. (Deliyana et al, 2022) Kepuasan nasabah dalam menggunakan Adiraku merupakan ketertarikan nasabah maupun perasaan yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi Adiraku.

Namun, terdapat fakta sedikitnya jumlah pengguna aplikasi Adiraku. padahal, dengan kemajuan teknologi saat ini, inovasi layanan aplikasi Adiraku telah melalui identifikasi kebutuhan. Namun masih terdapat celah yang besar antara intensi dan realitas dalam teknis penggunaan aplikasi oleh nasabah, hal ini menjadi salah satu perhatian mendasar dalam penelitian ini.

Studi yang dilakukan (Meileny & Wijaksana, 2020) bahwa persepsi kemudahan secara positif berpengaruh terhadap variabel tingkat kepuasan nasabah. Sependapat dengan penuturan (Nurbakti et al, 2023) secara keseluruhan, variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Pontoh et al, 2014) menyatakan H₀ diterima H_a ditolak yang artinya persepsi kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan.

Mengacu pada penelitian sebelumnya oleh (Ananda, 2020) yang meneliti mengenai Implementasi *Fintech* tentang Mengembangkan Aplikasi *Fintech* Adiraku untuk meningkatkan layanan pelanggan dengan menggunakan *Data Mining*. Salah satu fitur terbaik Adiraku adalah pembayaran angsuran yang dapat diakses di aplikasi. Aplikasi memberikan notifikasi jatuh tempo, memberi tahu nasabah bahwa mereka harus membayar angsuran di H-7, H-3, dan pada hari jatuh tempo bahkan ada fitur "janji pembayaran" yang memudahkan nasabah untuk menjadwalkan waktu pembayaran jika pada saat jatuh tempo

nasabah belum memiliki dana untuk membayar angsuran yang dapat memindahkan (Ananda, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Inayatur Rofi selaku RO (*Retention Officer*), bahwasannya aplikasi Adiraku sudah ada sebelumnya yang memang dibutuhkan perusahaan guna untuk melakukan pembiayaan. Pada aplikasi Adiraku sendiri bukan hanya untuk melakukan tahap pembayaran melainkan dapat melakukan pengajuan yang lain seperti halnya pengajuan kredit dan lain sebagainya. Adapun tatacara pengajuan nantinya akan diolah oleh *tellesenter* dari pusat. Pada aplikasi Adiraku syariah terdapat banyak promo seperti promo umroh. Adiraku di *upgrade* sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dimana perusahaan menerapkan *marketing* dengan sistem *customer centric* yang berfokus pada nasabah dengan tujuan membangun hubungan baik dengan nasabah, sehingga nasabah dapat membeli produk yang disediakan perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Perkembangan *fintech* yang sangat besar adalah P2P *lending* dan pembayaran. P2P *lending* dikenal dengan *fintech* yang fokus pada peminjaman uang. Nasabah dapat mengajukan peminjaman uang dengan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan nasabah. Sedangkan *fintech* pembayaran angsuran ialah pembiayaan tagihan seperti kredit motor maupun mobil pascabayar dan lain sebagainya (Rosmadi, 2021). Perkembangan ini menunjukkan bahwa *fintech* terus menjadi kekuatan utama dalam industri keuangan, mengubah cara orang berinteraksi dengan uang dan layanan keuangan secara keseluruhan.

Salah satu permasalahan dalam penelitian ini ialah mengenai penggunaan aplikasi Adiraku, nasabah lebih mudah datang ke kantor untuk membayar angsuran dikarenakan minimnya nasabah yang faham elektronik seperti *handphone* dan lebih mudah untuk datang ke kantor. Sedangkan peluncuran aplikasi Adiraku diunduh untuk memberi kemudahan terhadap nasabah agar tidak kesulitan dalam membayar angsuran.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi kemudahan

Dikutip dari (Basalamah et al, 2022) Dalam Fathul Wahid, menuturkan bahwa persepsi kemudahan dikatakan persepsi tentang kemudahan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu parameter dimana seseorang percaya bahwa komputer bisa dengan gampang (Meileny & Wijaksana, 2020) dipakai dan dicermatis.

Dalam sebuah penelitian mengenai penggunaan *fintech* Adiraku, ditemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *fintech* Adiraku. Oleh karena itu, persepsi kemudahan memainkan peran penting dalam adopsi dan penggunaan aplikasi *fintech*.

Persepsi Kepercayaan

Kotler dan Keller yang dikutip (Meileny & Wijaksana, 2020) mengartikan kepercayaan merupakan sebuah ketersediaan organisasi untuk menciptakan hubungan serta bisa berpartisipasi pada mitra bisnisnya. Adapun persepsi kepercayaan menurut (Rahman et al, 2023) mendefinisikan ketersediaan satu pihak untuk menerima resiko dari pihak lain yang akan menindaklanjuti mengenai tindakan penting untuk salah satu pihak mempercayainya.

Beberapa studi menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan menambah keinginan seseorang untuk memakai layanan *fintech*, seperti aplikasi Adiraku yang dipakai oleh nasabah saat ini. Oleh karena itu, persepsi kepercayaan memainkan peran penting dalam adopsi dan penggunaan aplikasi *fintech* (Amalia, 2021).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah ukuran sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap produk, layanan, atau pengalaman suatu perusahaan atau organisasi. Untuk mengukur kepuasan pelanggan diperlukan lima indikator antara lain bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Hasanah et al, 2022).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis dan menganalisis hubungan antar variabel. (Priadana & Sunarsih, 2021). Penelitian ini menggunakan teknik sumber data awal dengan teknik pengumpulan data angket dan wawancara (Hasanah et al, 2022).

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui pertanyaan yang disiapkan untuk responden. Data ini dikumpulkan melalui penyebaran kusioner yang dilakukan melalui *google form*.

Populasi terdiri dari nasabah aktif yang menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku yang terdaftar sampai bulan januari 2024 . Dengan jumlah populasi sebanyak 54 responden pada Adira Satellite Balung. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel total atau sensus.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan sensus atau

sampling jenuh. Menurut (Ramadhan & Sembiring, 2014) sensus menyelidiki seluruh elemen dalam populasi. Sejalan dengan itu (Sugiyono & Lestari, 2021), menyatakan *sampling* jenuh adalah seluruh populasi yang dipilih menjadi sampel.

Peneliti menggunakan data primer untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian atau analisis. Ini dikenal sebagai teknik sumber data (Alfansyur et al, 2020).

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) dan variabel akibatnya (Y), peneliti menggunakan regresi linear sederhana (Trianggana, 2020). Alat yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas. Sedangkan uji hipotesis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Peneliti menggunakan uji koefisien desteminasi dan regresi linear sederhana dan uji T (parsial) oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Persepsi Kemudahan	X1.1	0,892	0,281	Valid
	X1.2	0,909	0,281	Valid
	X1.3	0,939	0,281	Valid
	X1.4	0,921	0,281	Valid
	X1.5	0,856	0,281	Valid
	X1.6	0,885	0,281	Valid
Persepsi Kepercayaan	X2.1	0,931	0,281	Valid
	X2.2	0,915	0,281	Valid
	X2.3	0,952	0,281	Valid
	X2.4	0,922	0,281	Valid
Kepuasan Nasabah	Y1	0,944	0,281	Valid
	Y2	0,924	0,281	Valid
	Y3	0,943	0,281	Valid
	Y4	0,933	0,281	Valid

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti (2024)

Kesimpulan dari uji validitas menyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan setiap butirnya memiliki nilai r-

hitung > r-tabel (0,281). Dapat dikatakan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini valid dan bisa peneliti gunakan.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0.953	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0.948	Reliable
Kepuasan Nasabah	0.953	Reliable

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti (2024)

Hasil uji ini menunjukkan bahwa setiap item memiliki nilai cronbach's alpha (α) yang masing-masingnya 0.953, 0.948 dan 0.953 yang berarti semua itemnya dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.87552096
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.070
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti (2024)

Nilai asymptotic sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 ditemukan oleh Uji normalitas *One-Sampel* Kolmogorov-Smirnov dengan nilai sig. 0.200. Ini berarti data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Menunjukkan Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen (X)	Tolerance	VIF
Insentif finansial	0.996	1.004
Insentif non finansial	0.996	1.004

Sumber : Output Uji Multikolinieritas SPSS 23.0 (2024)

Tidak ada multikolinieritas dalam data ini, karena nilai VIF untuk variabel insentif finansial dan insentif non-finansial adalah $1.004 < 0.1$.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sampel	Variabel	Signifikansi
54	Insentif finansial	0.130
	Insentif non finansial	0.117

Sumber : Output Uji Multikolinieritas SPSS 23.0 (2024)

Dari tabel 5 menunjukkan bahwa uji heterokedastisitas dianggap berhasil, karena nilai signifikansi nya > 0.05.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari pengujian regresi linier berganda adalah seperti berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.376	3.144		2.346	.023
	X1	.045	.095	.054	.467	.643
	X2	.541	.111	.564	4.888	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Uji Regresi Linear Berganda SPSS 23.0 (2024)

Berdasarkan tabel 6 tersebut diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 7.376 + 0.045X_1 + 0.541X_2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

1. Konstanta = 7.376

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel insentif finansial dan insentif non-finansial berpengaruh terhadap variabel kepuasan kerja.

2. Insentif Keuangan (X1) = 0,045 V

Variabel kepuasan kerja (Y) akan meningkat sebesar 0,045% jika variabel insentif keuangan meningkat sebesar 1%.

3. Insentif Non-Finansial (X2) = 0.541

Saat ada peningkatan variabel insentif non finansial sebesar 1 persen, maka variabel kepuasan kerja (Y) akan meningkat sebesar 0.541%.

Uji Parsial (Uji-T)

Tabel 7. Hasil Uji-T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.376	3.144		2.346	.023
	X1	.045	.095	.054	.467	.643
	X2	.541	.111	.564	4.888	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Uji Parsial (Uji-T) SPSS 23.0 (2024)

Hasil pengujian T diatas dapat diketahui bahwa:

a) Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Dari Uji-T didapatkan nilai sig $0.643 \leq 0.05$. Hasil uji ini bisa dikatakan bahwa variabel persepsi kemudahan (X1) signifikan berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) Hasil uji menunjukkan bahwa variabel X1 berdampak pada variabel Y, dengan H0 ditolak dan Ha diterima, sedangkan nilai signifikansi variabel Persepsi Kemudahan (X1) sebesar 2.007, yang berarti nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel.

b) Variabel Persepsi Kepercayaan (X2)

Dari hasil Uji T, diperoleh t hitung dengan hasil 4.888 sedangkan t tabel 2.007 yang berarti tabel t lebih kecil dari t hitung. Selanjutnya, variabel Persepsi Kepercayaan (X2) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah), dengan H0 ditolak dan Ha diterima dengan nilai sig. $0.000 \leq 0.05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kepercayaan (X2) berpengaruh secara positif, tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 8. Hasil Uji-F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.126	2	20.063	12.251	.000 ^b
	Residual	83.523	51	1.638		
	Total	123.648	53			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Output Uji Parsial (Uji-T) SPSS 23.0 (2024)

Berdasarkan hasil tabel pengujian diatas, bahwa variabel X1 (Persepsi Kemudahan) dan X2 (Persepsi Kepercayaan) berdampak pada kepuasan pengguna aplikasi fintech Adiraku secara bersamaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh satu sama lain.

Dari hasil uji F nilai F-hitung adalah Nilai F-hitung 12.251 dengan tingkat nilai sig. adalah 0,000 kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 berdampak secara simultan terhadap Y (Kepuasan Nasabah).

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 9. Hasil Uji-R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.298	1.27973

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Output Uji Parsial (Uji-T) SPSS 23.0 (2024)

Variabel dependen dipengaruhi oleh dua variabel independen, X1 (Persepsi Kemudahan) dan X2 (Persepsi Kepercayaan), Variabel Y (Kepuasan Nasabah) mempengaruhi variabel dependen,

kepuasan nasabah, dengan nilai Adjusted R Square 0,298, yang tertera pada tabel di atas.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku

Dari hasil uji T disimpulkan bahwa persepsi kemudahan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dengan nilai sig. sebesar $0.643 \leq 0.05$. Hal ini berarti persepsi kemudahan nasabah dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku semakin meningkat dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku dan juga akan meningkat di daerah Balung.

Dari hasil yang diperoleh sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Meileny & Wijaksana, 2020) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi *fintech*.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku

Hasil perolehan uji T menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berdampak positif, tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan klien dengan nilai sig. $0.000 \leq 0.05$. Oleh karena itu, menyatakan jika lebih banyak nasabah percaya menggunakannya, maka akan berpengaruh juga dalam kepuasan nasabah dalam menggunakan *fintech* Adiraku.

Berbeda dengan (Pontoh et al, 2014) yang menyatakan kepercayaan menunjukkan bahwa pelanggan percaya dalam menggunakan aplikasi *fintech* karena berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Fintech Adiraku

Pada tabel hasil uji F. Bahwa nilai F hitung sebesar 12.251 dengan nilai sig. 0.000, menunjukkan bahwa secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dalam penggunaan aplikasi *fintech* Adiraku terhadap kepuasan nasabah.

(Pontoh et al, 2014) menyatakan bahwa dari 3 variabel persepsi kemudahan, kepercayaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam

menggunakan aplikasi *fintech* adiraku di Balung. Dalam hal ini juga dapat mengangkat minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *fintech*.

KESIMPULAN

Penulis dapat mengatakan berdasarkan analisis penelitian bahwa secara parsial, persepsi kepercayaan berpengaruh positif dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial, persepsi kepercayaan berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan aplikasi *fintech* Adiraku terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, Aandarusni., & Mariyani. 2020. Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), p. 146-150.
- Amalia, Nurul. 2021. Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Secara Online Melalui Aplikasi TIX. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ananda, Dea Restu. 2020. Implementasi Aplikasi Fintech Adiraku Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah Menggunakan Data Mining. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
- Basalamah, Raihanah., Nurdin., Haekal, Ahmad., Noval., & Jalil, Abdul. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Resiko terhadap Minat menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay pada Generasi Milenial di Kota Palu. *Jurnal Ilmu*

- Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), p. 57-71.
- Billah, Zahida Itisoma., & Nuntupa. 2021. Peran Dan Kendala Fintech Syariah Pada UMKM. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen Dan Keuangan Syariah*, 2(2), p. 252-266.
- Deliyana, Rena., Permatasari, Berlintina., & Sukmasari, Dewi. 2022. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journals of Economics and Business*, 2(2), p. 1-16.
- Hasanah, Rohmatul., Wahab, Abd Aziz., & Susila, Ahdiyati Agus. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Payment Point BSI Genggong Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pembayaran Biaya Pendidikan Mahasiswa FEBI UNZAH). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), p. 5174-5187.
- Meileny, Findy., & Wijaksana, Tri Indra. 2020. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(2), p. 200-210.
- Nurbakti, Rezky., Putri, Lydia Gustina., Kurniawan, David Rindu., Judijanto, Loso., & Arifin, Mohd. Samsul. 2023. Analysis of The Influence of Digital Promotions, Perception of Ease, Transparency and Service Features Toward Public Intention to Use Digital Bank in Money Saving. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 5(3), p. 79-84.
- Pontoh, Michael B., Kawet, Lotje., & Tumbuan, Willem A. 2014. Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), p. 285-297.
- Priadana, Sidik., & Sunarsi, Denok. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books. Tangerang.
- Rahman, Moh Abd., Fadila, Nurul., & Nuntupa. 2023. Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 4(1), p. 77-87.
- Ramadhan, Nabilah., & Sembiring, Jafar. 2017. Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan di Human Capital Center PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(1), p. 47-58.
- Rosmida. 2021. FINTECH: Pengawasan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Perlu dimaksimalkan. *Seminar Nasional Industri dan Teknologi (SNIT), Politeknik Negeri Bengkalis*, p. 113-120.
- Sugiyono., & Lestari, Puji. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, Dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. Alfabeta. Bandung.
- Trianggana, Dimas Aulia. 2020. Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear. *Jurnal Media Infotama*, 16(2), p. 115-120.