

**Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Livin' By Mandiri**

Geviana Nuryati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Yapis Papua, Jayapura, Papua, Indonesia  
geviananuryati12@gmail.com

**Informasi Artikel**

Catatan Artikel:  
Diterima 17 Januari 2026  
Revisi disetujui 17 Pebruari 2026  
Dipublikasi 27 Pebruari 2026  
Kata kunci: fitur, layanan, keamanan, livin, kepuasan

**DOI:**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur layanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Livin' by Mandiri di Kota Jayapura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 96 responden pengguna Livin' by Mandiri. Data analisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,562. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna lebih dipengaruhi oleh aspek fungsional dan kemudahan penggunaan dibandingkan aspek keamanan yang dipersepsikan sebagai kebutuhan dasar.

**1. Pendahuluan**

Transformasi digital dalam industri perbankan telah mendorong bank untuk menyediakan layanan mobile banking guna meningkatkan efisiensi dan kualitas pelayanan kepada nasabah. Salah satu aplikasi *mobile banking* yang berkembang pesat di Indonesia adalah Livin' by Mandiri. Livin' by Mandiri tidak hanya menyediakan layanan transaksi perbankan dasar saja, tetapi juga berbagai fitur tambahan seperti investasi, pembayaran *digital, lifestyle*, dan layanan keuangan lainnya dalam satu *platform*

Berdasarkan Top Brand Index untuk layanan *mobile banking*, Livin' by Mandiri konsisten berada di peringkat ketiga dalam hal popularitas sepanjang periode 2019-2023, dengan BRI *mobile* dan m-BCA mengungguli di posisi pertama dan kedua. Sementara itu, riset yang dilakukan Marketing Research Indonesia (MRI) dan dipublikasikan Infobank mengukur tiga aspek utama layanan *m-banking*: kepuasan (*satisfaction*), loyalitas (*loyalty*), dan keterlibatan pengguna (*engagement*) atau disingkat SLE. Hasil pengukuran tahun 2023 menunjukkan m-BCA memimpin posisi pertama dengan perolehan skor 84,19 disusul m-banking BNI di posisi kedua dengan skor 83,15, sedangkan Livin' by Mandiri berada di urutan ketiga dengan skor 82,60.

Di Jayapura belum ada data spesifik yang membahas tentang jumlah pengguna Livin' by Mandiri secara nyata. Akan tetapi, Bank Mandiri memiliki komitmen untuk terus mendorong penggabungan keuangan masyarakat dengan berbagai alternatif yang berfokus pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Untuk mewujudkannya, Bank Mandiri berkolaborasi dengan pasar Hamadi dalam menginisiasi Livin' Pasar untuk mempercepat *digital* Pasar Hamadi. Hal ini dibuktikan dengan adanya Livin' Pasar, Bank Mandiri memperluas QRIS sebagai salah satu sarana non tunai yang dapat diandalkan masyarakat untuk meningkatkan kegiatan transaksi digital (Magai, 2023)

Salah satu faktor penting untuk membangun loyalitas nasabah adalah tercapainya kepuasan mereka (Kennis & Octavia 2024). Kepuasan Pelanggan adalah salah satu kunci dalam dunia bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan di perusahaan. Saat ekspektasi pelanggan terpenuhi, mereka akan merasa puas dan dapat membuat pelanggan loyal untuk membuat pelanggan kembali lagi menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Angraini 2023).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu fitur layanan. Dengan fokus pada pengembangan fitur layanan, pengembangan strategi yang tepat dapat memberikan keunggulan bersaing tinggi guna meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan (Parera & Harsoyo 2025). Menurut Saputri & Haryanti (2024) fitur merupakan atribut atau karakteristik produk yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks *mobile banking*, fitur layanan mengacu pada ragam fungsi dan fasilitas yang dapat dioperasikan pengguna.

Terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fitur layanan yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna (Parera & Harsoyo 2025), akan tetapi hasil penelitian dari (Wilyningsih et al. 2025) menyatakan bahwa fitur *m-banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka penelitian ini diharapkan untuk mampu membuat strategi dalam upaya meningkatkan fitur *m-banking* dengan cara menambahkan fitur baru.

Ada aspek yang paling dasar didalam dunia perbankan digital yaitu keamanan aplikasi *mobile banking*. Menurut Suryani & Koranti (2022) jaminan keamanan adalah faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam bertransaksi secara *online*. Keamanan mengacu pada bentuk perlindungan dari berbagai risiko atau ancaman, yang mencerminkan sejauh mana seseorang merasa yakin bahwa informasi dan data pribadi mereka sepenuhnya terlindungi Sari et al. (2024). Oleh karena itu, perlu adanya perlindungan dari pihak pemerintah terhadap informasi data pribadi pelanggan yang melakukan transaksi di perusahaan.

Hasil penelitian Lubis & Lukman (2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemanfaatan *mobile banking*, diketahui dengan adanya keamanan dapat menjadi perlindungan terhadap ancaman keamanan dan data pribadi pelanggan dalam dunia teknologi. Sedangkan penelitian Fatimah et al. (2024) menyatakan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan keamanan yang tinggi untuk melindungi data pribadi pelanggan.

Kemudahan dalam menggunakan dan mengakses suatu teknologi sangat berperan penting dalam membentuk sikap pengguna terhadap sistem teknologi informasi (Susila et al. 2023). Di dunia teknologi, kemudahan juga dapat diartikan sebagai terbebasnya suatu usaha lebih dalam mengakses sebuah informasi yang ada. Dengan kata lain, jika seseorang menyakini bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan dan tidak menimbulkan kesulitan dalam menggunakannya, maka ia akan cenderung memanfaatkan sistem tersebut (Safitri, 2023). Kemudahan penggunaan dalam dunia teknologi seperti perbankan, akan mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi secara *online*.

Penelitian oleh Amalia & Hastriana (2022) menyatakan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi, ini dapat diartikan bahwa adanya unsur kemudahan penggunaan dalam menggunakan sebuah aplikasi sangat membantu pengguna sehingga dapat merasakan kepuasan dari pemakaian sistem tersebut. Namun beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Hibatullah, (2022) menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dikarenakan nasabah bank Mandiri di kecamatan Sumbawa masih merasa kesulitan saat mempelajari dan menggunakan *livin' by mandiri*.

Berdasarkan fakta empiris, fenomena yang terjadi, serta hasil penelitian terdahulu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji pengaruh fitur layanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna *Livin' by Mandiri* di Kota Jayapura. Oleh karena itu, penelitian ini disusun dengan judul “Pengaruh Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna *Livin' by Mandiri* di Kota Jayapura”.

## 2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### Fitur Layanan

Menurut Saputri & Haryanti (2024) fitur adalah suatu hal yang dapat dipertimbangkan oleh seseorang jika menggunakan suatu produk. Sama dengannya menurut Destianah et al. (2024) fitur adalah kunci untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk pesaing, dan juga alat untuk membuat konsumen merasa puas dan menjadikan loyal. Dapat disimpulkan bahwa fitur layanan adalah suatu alat fungsional yang menjadi satu dan memiliki berbagai manfaat di digital pelayanan. Fitur layanan memiliki empat indikator yaitu Kemudahan akses informasi, Keberagaman layanan transaksi, Keberagaman fitur, dan Inovasi produk.

### Keamanan

Menurut Jannah & Siregar (2024) keamanan sistem merupakan indikator yang sangat penting dalam penggunaan *mobile banking* karena keamanan sendiri erat kaitannya terhadap kualitas layanan konsumen yang berdampak pada kepuasan nasabah. Oleh karena itu pentingnya rasa aman membuat pengguna merasa akan terus memakainya secara berulang. Keamanan sistem informasi merupakan upaya untuk mencegah atau mendeteksi tindakan penipuan dalam sistem berbasis informasi. Menurut Raman A & Viswanathan A (2011) terdapat indikator keamanan yaitu jaminan keamanan, pengelolaan data, dan kerahasiaan data.

### Kemudahan Penggunaan

Menurut Hartono, (2019) kemudahan adalah sejauh mana kepercayaan seseorang menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha lebih. Di dalam konteks teknologi kemudahan dapat diartikan berkurangnya usaha untuk mengakses informasi yang ada. Semakin nyaman teknologi yang diberikan kepada pengguna, semakin besar minat nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut termasuk teknologi *mobile banking* (Zulkarnain et al. 2023). Menurut Davis, (1989) indikator kemudahan penggunaan yaitu mudah dipelajari (*Ease of learn*), dapat dikendalikan (*Controllable*), fleksibel (*Flexible*), mudah menjadi terampil (*Ease to become skillfull*), mudah digunakan (*Ease to use*).

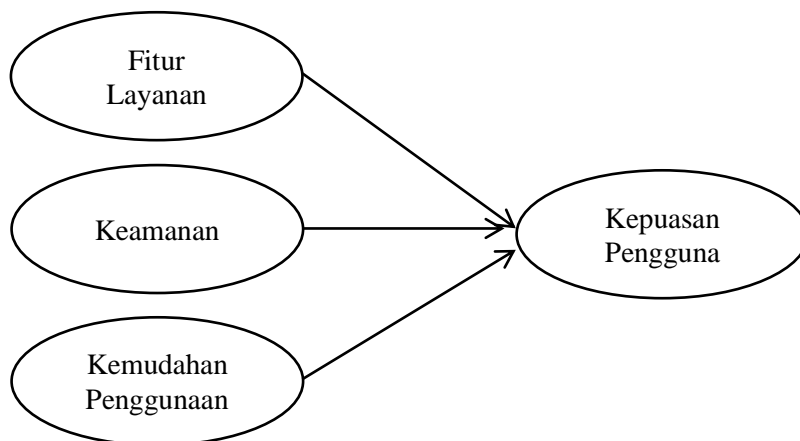
### Kepuasan Pengguna

Menurut Angraini, (2023) ketika ekspektasi pelanggan terpenuhi maka para pelanggan akan merasa puas, dan hal tersebut berdampak pada pendapatan perusahaan itu

sendiri. Jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2018). Menurut Tjiptono, (2019) ada indikator pengukuran Kepuasan Pengguna adalah sebagai berikut yaitu Kepuasan Pengguna keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*), Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*), Niat beli ulang (*Repurchase Intention*), dan Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*).

**Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan untuk pendekatan dalam memecahkan suatu masalah. Panduan ini untuk menghubungkan hubungan antara variabel dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent yaitu fitur layanan (X1), keamanan (X2) dan kemudahan (X3). Sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Pengguna (Y).



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Keterangan; Variabel Independen Fitur layanan (X1), keamanan (X2) dan kemudahan penggunaan (X3), Variabel dependen kepuasan pengguna (Y)

**Hipotesis**

Fitur layanan, keamanan dan kemudahan penggunaan merupakan ketiga aspek penting di dunia teknologi dalam mempengaruhi Kepuasan Pengguna. (Amalia dan Hastriana, 2022) menyatakan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan *m-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini menunjukkan bahwa fitur layanan, keamanan dan kemudahaan bekerjasama untuk Kepuasan Pengguna yang lebih baik.

Parera & Harsoyo (2025) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu penelitian yang dilakukan Destianah et al. (2024) menyatakan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa fitur layanan adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna.

**H1: Fitur Layanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna**

Shafira et al. (2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal yang sama pada Deliyana et al. (2022), menyatakan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

**H2: Keamanan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna**

Muhyiddin & Prasetyo (2024) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian Saputri & Haryanti (2024) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

**H3: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pengguna**

**3. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono, (2020) adalah metode yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi penelitian ini adalah pengguna aplikasi Livin’ by Mandiri di Kota Jayapura, dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berbasis skala likert 1-5. Variabel penelitian meliputi fitur layanan (X1), keamanan (X2), kemudahan penggunaan (X3), dan kepuasan pengguna (Y). Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,01^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot (0,25)}{0,1}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1}$$

$$n = 96 \text{ sampel}$$

Keterangan:

*n* = Jumlah sampel

Z = Nilai standar 1,96

p = Maksimal estimasi 23%=0,23

d = Alpa 0,1=10%

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow maka diperoleh hasil kebutuhan jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian yaitu 96 responden. Teknik dalam pemilihan sampel secara purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu pengguna aplikasi Livin’ by Mandiri di Kota Jayapura.

**4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**Uji Validitas**

Analisis ini digunakan untuk mengukur korelasi pada masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas dilakukan menggunakan SPSS versi 27.00. Cara menentukan *r table* adalah *df* = *n*

-2 dimana n merupakan jumlah sampel,  $96 - 2 = 94$  jadi *r table* yang didapatkan ialah 0,2006. Untuk mengetahui lebih detail mengenai hasil dari pengujian validitas terhadap instrument penelitian yang diteliti, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r table	Sig.	Ket.
Fitur Layanan (X1)	Menu dan tampilan	0,911	0,2006	0,000	Valid
	Layanan Transaksi	0,919	0,2006	0,000	Valid
	Keberagaman Fitur	0,911	0,2006	0,000	Valid
	Inovasi Unggulan	0,735	0,2006	0,000	Valid
Keamanan (X2)	Sistem Keamanan	0,868	0,2006	0,000	Valid
	Pengelolaan Data	0,945	0,2006	0,000	Valid
	Kerahasiaan Informasi	0,815	0,2006	0,000	Valid
Kemudahan Penggunaan (X3)	Mudah Dipelajari	0,727	0,2006	0,000	Valid
	Kontrol Transaksi	0,797	0,2006	0,000	Valid
	Informasi Jelas	0,771	0,2006	0,000	Valid
	Aksesibilitas	0,666	0,2006	0,000	Valid
	Meningkatkan Keterampilan	0,740	0,2006	0,000	Valid
	Mudah Semua Kalangan	0,721	0,2006	0,000	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	Kepuasan Keseluruhan	0,605	0,2006	0,000	Valid
	Memenuhi Harapan	0,853	0,2006	0,000	Valid
	Niat Lanjut	0,875	0,2006	0,000	Valid
	Akan Merekomendasikan	0,851	0,2006	0,000	Valid

Sumber: Data diolah 2026 menggunakan SPSS 27

Berdasarkan pada tabel 4 diatas menunjukkan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pengguna dalam penelitian ini mempunyai nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,2006 dan nilai koefisien signifikansi yakni sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian semua item yang digunakan dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Dalam pengujian ini peneliti mengukur reliablenya suatu variabel dengan cara menggunakan uji statistic Cronbach’s Alpha (a). Ghozali (2017). Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,60. Menunjukkan hasil uji reliabilitas:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reabilitas**

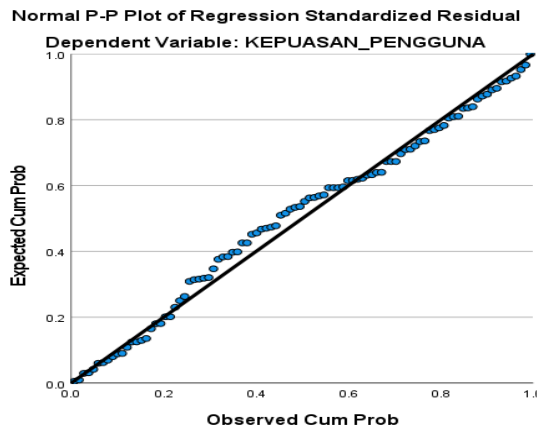
No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Fitur Layanan	0,893	0,60	Reliabel
2	Keamanan	0,849	0,60	Reliabel
3	Kemudahan Penggunaan	0,832	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Pengguna	0,815	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah 2026 menggunakan SPSS 27

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa hasil dari nilai *Cronbach’s Alpha* ( $\alpha$ ) menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari nilai standar reliabilitas yakni sebesar 0,60. Semua pernyataan mengenai variabel Fitur layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan adalah reliable sehingga penelitian ini dapat diteruskan.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas data pada penelitian dilakukan dengan menggunakan grafik normal probability plot dengan melihat kecenderungan sebaran data terhadap garis regresi. berikut gambar:



Sumber: Hasil olah SPSS

**Gambar 2.** grafik normal *probability plot*

Grafik normal *probability plot* pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik titik data menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian sebaran data dapat dikatakan berdistribusi normal

Berikut tabel *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* :

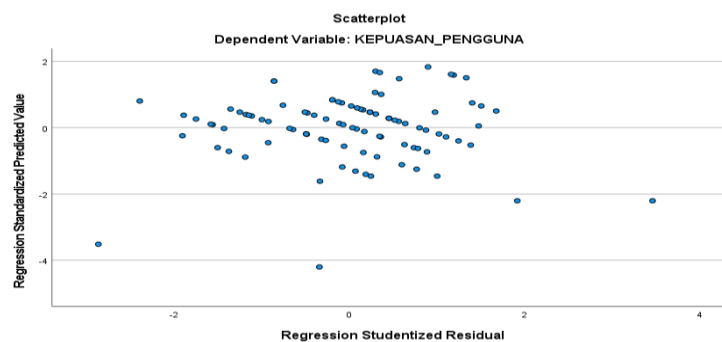
**Tabel 3**  
*One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44941350
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.045
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas, maka data penelitian ini dapat dikatakan telah memenuhi asumsi normalitas. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $0,200 > 0,05$ .

**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Hasil olah SPSS

**Gambar 3. grafik scatterplot**

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model penelitian ini, maka model memenuhi ketentuan untuk dilanjutkan ke pengujian selanjutnya

**Hasil Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas dapat diartikan sebagai adanya hubungan yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan garis regresi.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF
Fitur Layanan (X1)	0,689	1,451
Keamanan (X2)	0,721	1,387
Kemudahan Penggunaan(X3)	0,552	1,811

Sumber: Data diolah SPSS27 tahun 2026

Data pada tabel 7 diatas terlihat bahwa VIF lebih kecil dari 10 dan Nilai *Tolerance* mendekati 1 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam penelitian ini.

**Analisis regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui menguji pengaruh Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna *Living by Mandiri*

**Tabel 5**  
**Analisi Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	4.413	1.010	
	FITUR_LAYANAN	.438	.064	.556
	KEAMANAN	.090	.081	.089
	KEMUDAHAN_PENGGUNAA	.144	.055	.239
	N			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PENGGUNA

Sumber: Data diolah oleh SPSS27 Tahun 2026

Berikut merupakan persamaan regresi :

$$Y = 4,413 + 0,438 X_1 + 0,090 X_2 + 0,144 X_3 + \epsilon$$

Nilai koinstanta sebesar 4,413 mengindikasikan bahwa jika variabel independen yaitu Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan adalah 0, maka nilai Kepuasan Pengguna adalah sebesar nilai koinstanta (4,413).

Koefisien Fitur Layanan sebesar 0,438 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Fitur Layanan satu satuan akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Pengguna sebesar nilai koefisien Fitur Layanan ( $\beta_1 X_1 = 0,438$ ).

Koefisien Keamanan sebesar 0,090 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Keamanan satu satuan akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Pengguna sebesar nilai koefisien Keamanan ( $\beta_2 X_2 = 0,090$ ).

Koefisien Kemudahan Penggunaan sebesar 0,144 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Kemudahan Penggunaan satu satuan akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Pengguna sebesar nilai koefisien Kemudahan Penggunaan ( $\beta_3 X_3 = 0,144$ ).

### Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dengan tingkat signifikannya 5%. Kriterinya pengujiannya adalah: jika  $t^{hitung} > t^{tabel}$  (df=96, sig 5%,  $t^{tabel} = 1,66088$ ) maka hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh fitur layanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pengguna. Pengujian menunjukkan adanya pengaruh signifikan Fitur Layanan, Keamanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepuasan Pengguna ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
Model			
1	(Constant)	4.371	.000
	FITUR_LAYANAN	6.802	.000
	KEAMANAN	1.116	.268
	KEMUDAHAN_PENGGUNAA	2.613	.010
	N		

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PENGGUNA  
Sumber: Data diolah SPSS27 tahun 2026

Variabel Fitur Layanan memiliki  $t^{hitung}$  sebesar  $6,802 > 1,66088$  ( $t^{hitung} > t^{tabel}$ ), maka serta nilai Signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna *Living by Mandiri*.

Variabel Keamanan memiliki  $t^{hitung}$  sebesar  $1,116 < 1,66088$  ( $t^{hitung} > t^{tabel}$ ), maka nilai Signifikan sebesar  $0,268 > 0,05$  dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel variabel Keamanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna *Living by Mandiri*.

Variabel Kemudahan Penggunaan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $2,613 > 1,66088$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), maka nilai Signifikan sebesar  $0,010 < 0,05$ . dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel variabel Kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna Livin' by Mandiri.

**Uji F**

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap varriabel dependen. Kriteria pengujiannya pada tingkat signifikansi 5% adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh secara simultan fitur layanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan livin' by mandiri di kota Jayapura. Nilai F tabel diperoleh dengan  $N1 = 4 - 1 = 3$  dan  $N2 = 96 - 3 = 93$  adalah sebesar 2,703.

**Tabel 7**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.812	3	76.937	41.655	.000 <sup>b</sup>
	Residual	169.927	92	1.847		
	Total	400.740	95			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PENGGUNA

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN\_PENGGUNAAN, KEAMANAN, FITUR\_LAYANAN

Sumber: Data diolah dengan SPSS27 tahun 2026

Berdasarkan table di atas, nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar  $41,655 > 2,703$  ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ), maka nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti fitur layanan, keamanan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Livin' by Mandiri di Kota Jayapura.

**Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *R Square* yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel independen memberikan hampir sama semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Adjusted R Square**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.759 <sup>a</sup>	.576	.562	1.359	2.261

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN\_PENGGUNAAN, KEAMANAN, FITUR\_LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_PENGGUNA

Sumber: Data diolah dengan SPSS27 tahun 2026

Berdasarkan table di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,562 atau sebesar 56,2%. hal ini menunjukkan bahwa persentasi sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 56,2% atau variasi variabel independen

yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 56,2% variasi variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan Hubungan antara Fitur Layanan dan Kepuasan Pengguna bersifat positif dan searah, artinya semakin baik kualitas, kelengkapan, dan kesesuaian fitur layanan dengan kebutuhan pengguna, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna *Livin' by Mandiri* akan semakin meningkat. Berdasarkan nilai koefisien regresi sebesar 0,438 dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *Livin' by Mandiri*. Ini menunjukkan bahwa pengguna memperhatikan layanan yang terbaik yang diberikan sesuai dengan kualitas unggulan yang diperoleh. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Parera dan Harsoyo, 2025) yang menyatakan bahwa Fitur Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini menunjukkan sebagian besar pengguna menilai fitur yang tersedia telah mampu memberikan kemudahan serta efisiensi dalam melakukan transaksi perbankan.

Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna *Livin' by Mandiri* Di Kota Jayapura. Tidak signifikannya pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengguna dapat dijelaskan karena semakin menurunnya tingkat kepercayaan pada keamanan yang telah dianggap sebagai faktor dasar oleh pengguna aplikasi *mobile banking*. Banyak pengguna yang merasa bahwa pengelolaan data mereka belum sepenuhnya dijaga dengan baik, ditandai dengan adanya indikasi kebocoran informasi berupa nomor identitas dan alamat yang dimanfaatkan secara tidak bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatimah et al. (2024) yang menyatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna yang dimana keamanan tidak memberikan manfaat yang dirasakan secara langsung oleh pengguna, melainkan berperan sebagai faktor pendukung dalam penggunaan aplikasi. Sedangkan penelitian dari Shadiba Maharani et al. (2024) menyatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna yang berarti peran keamanan yang dirasakan memiliki sedikit pengaruh pada kepuasan pengguna. Oleh karena itu perlu pelatihan dan edukasi pengguna kepada nasabah tentang fitur keamanan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian menunjukkan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Livin' by Mandiri*. Ini membuktikan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting karena berkaitan langsung dengan pengalaman pengguna dalam melakukan aktivitas transaksi perbankan sehari-hari. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhyiddin & Prasetyo (2024) yang menyatakan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Yang berarti kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja bank, karena perbaikan sistem pelayanan akan memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi serta mengakses informasi penting, seperti promosi, saldo, riwayat transaksi, dan kebijakan bank melalui aplikasi *mobile banking* secara jelas dan mudah.

Semakin baik Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan, akan meningkatkan Kepuasan penggunaan karena faktor-faktor ini mempengaruhi persepsi nasabah atau pengguna tentang nilai dan manfaat *M-Banking Livin' by Mandiri* yang sesuai dengan harapan, sehingga mendorong mereka untuk selalu menggunakannya dan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amalia & Hastriana (2022) yang menyatakan bahwa Fitur Layanan, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan

berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna. Yang berarti adanya unsur fitur dan cara pengoperasian yang mudah, serta keamanan yang terjaga dapat mempengaruhi kepuasan pengguna

## 5. Kesimpulan

Fitur Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Livin' by Mandiri di Kota Jayapura. Yang berarti semakin baik kualitas, kelengkapan, dan kesesuaian fitur layanan dengan kebutuhan pengguna, maka tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna Livin' by Mandiri akan semakin meningkat.

Keamanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Livin' by Mandiri di Kota Jayapura. Yang berarti menurunnya tingkat kepercayaan pada aspek keamanan yang telah dianggap sebagai kebutuhan dasar oleh pengguna. Selama sistem masih tidak berjalan dengan baik dan menimbulkan masalah seperti kebocoran data, maka tidak dapat meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna Livin' by Mandiri di Kota Jayapura. Yang berarti bahwa semakin mudah aplikasi digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

Fitur Layanan (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan Penggunaan (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penggunaan (Y) Livin' by Mandiri di Kota Jayapura. Yang berarti semakin baik fitur layanan, keamanan, dan kemudahan penggunaan maka semakin meningkat kepuasan pengguna aplikasi Livin' by Mandiri karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi terhadap manfaat dan nilai layanan sehingga mendorong penggunaan berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Amalia, P., dan Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70–89.
- Angraini, N. (2023). Mengukur Kepuasan Pelanggan Measuring Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (JADBISFISH)*, 2(1), 1–14. <http://ojs.unm.ac.id>
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3), 319–340.
- Deliyana, R., Permatasari, B., dan Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 02(2), 1–16.
- Destianah, D., Hilda, H., dan Fakhrina, F. (2024). Pengaruh Fitur Layanan dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia KC. *SANTRI: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(6), 16–24. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i6.953>
- Fatihah, A. M., Zulpahmi, Z., dan Legowati, A. D. (2024). *The Effect Of Quality Of Service, Quality Of Speed And Quality Of Security On Customer Satisfaction On The*

*Mobile Banking Of Indonesian Sharia Bank*. <https://doi.org/10.4108/eai.2-8-2023.2341561>

- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2019). Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek Aplikasi Bisnis. Dalam *Andi*. Andi.
- Hibatullah, H. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan, Fitur Produk Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking Livin By Mandiri (Studi Kasus PT Bank Mandiri KCP Sumbawa Besar). *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 1–16.
- Jannah, M. R., dan Siregar, S. L. (2024). Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening. *STEBIS*, 4(1). <https://doi.org/Doi:10.36908/jimpa>
- Kennis, V., dan Octavia, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jambi KCP Pelayang. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(01), 137–151.
- Kotler, P. dan K. K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). PT Indeks.
- Lubis, Y. D., dan Lukman, S. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. *jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2(2), 443–456.
- Magai, Y. (2023). *Perluas Akseptasi Pembayaran Digital UMKM di Jayapura, Bank Mandiri Hadirkan Program Livin' Pasar*. [https://papua.tribunnews.com/2023/10/28/perluas-akseptasi-pembayaran-digital-umkm-di-jayapura-bank-mandiri-hadirkan-program-livin-pasar?lgn\\_method=google&google\\_btn=onetap](https://papua.tribunnews.com/2023/10/28/perluas-akseptasi-pembayaran-digital-umkm-di-jayapura-bank-mandiri-hadirkan-program-livin-pasar?lgn_method=google&google_btn=onetap)
- Muhyiddin, dan Prasetyo, L. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kecepatan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Gen Z Menggunakan M-Banking BSI KCP Ponorogo. *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.21154/falahiya.v3i1.3361>
- Parera, C. A. I., dan Harsoyo, D. T. (2025). Pengaruh Fitur Layanan, Persepsi Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Brimo. *Journal of Sains Cooperative Learning and Law*, 2(1), 438–447.
- Raman A, dan Viswanathan A. (2011). Web Services and e- Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer . *JCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System" WINBIS*, 54–60.
- Safitri, T. A. (2023). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Di Bank Bri Syariah. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(1), 112. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i1.713>
- Saputri, I. M. E., dan Haryanti, P. (2024). Pengaruh Fitur Layanan Dan Perception of Easy Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi BSI Mobile Pada Civitas Akademika UNHASY. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(5), 27–39. <https://doi.org/10.61722/jipm.v2i5.466>

- Sari, V. C., Handayani, J., dan Santosa, T. B. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 109–128. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.87>
- Shadiba Maharani, E., Sekarsari, M., dan Zhafiraah, N. R. (2024). The Effect of Convenience and Security on Satisfaction with Customer Interest as Mediator. *Research of Economics and Business*, 2(1), 11–24. <https://doi.org/10.58777/reb.v2i1.207>
- Shafira, A. S., Sunindyo, A., dan Kusuma, Y. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam BRIMO di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, 1(2), 62–74. <https://doi.org/10.59024/jis.v1i2.318>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2 ed.). Penerbit Alfabeta.
- Suryani, S., dan Koranti, K. (2022). Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 183–198. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5189>
- Susila, N. D. S. A., Putra, K. E. S., dan Khalik, I. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kemudahan Penggunaan Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Mobile Banking BCA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 172–181.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. ANDI OFFSET,1995.
- Top Brand Index. (2023). *Komparasi Brand Index*. Topbrandaward.Com. [https://www.topbrand-award.com/komparasi\\_brand/bandingkan?id\\_award=1&id\\_kategori=14&id\\_subkat](https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=14&id_subkat)
- Wilyningsih, A. K. N., Syarach, A., dan Yuliana, I. (2025). Pengaruh Fitur M-banking dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Livin' by Mandiri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 21–27. <https://e.journal.titannusa.org/index.php/economist>
- Zulkarnain, M., Aurantia Marina, Nur Jumriatunnisah, dan Nurul Ilma Hasana Kunio. (2023). Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 8(2), 267–284. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v8i2.7036>