

**PENGARUH *EASY TO USE* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DENGAN CITRA BANK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pada Mobile Banking Bank BNI di Kota Padang)**

SKRIPSI



Oleh:

**MIFTAHUL JANNAH
NPM. 2010011211029**

Dosen Pembimbing:

Reni Yuliviona, S.E, M.M, Ph.D

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
2024**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah menulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 19 Agustus 2024



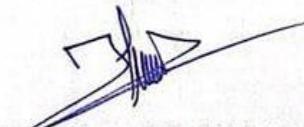
Miftahul Jannah

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH *EASY TO USE* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DENGAN CITRA BANK SEBAGAI MEDIASI
(Studi Kasus pada Mobile Banking Bank BNI di Kota
Padang)

Oleh:
Nama: Miftahul Jannah
NPM: 2010011211029

Tim Penguji

Ketua


(Reni Yuliviona, S.E., MM., Ph.D)

Sekretaris


(Surya Dharma, S.E., M.Si)

Anggota


(Irda, S.E., MA)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 8 Agustus 2024

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Dekan


(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH *EASY TO USE* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DENGAN CITRA BANK SEBAGAI MEDIASI
(Studi Kasus pada Mobile Banking Bank BNI di Kota
Padang)**

Oleh:

Nama: Miftahul Janinah

NPM: 2010011211029

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal 8 Agustus 2024

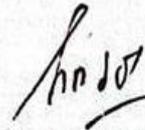
Menyetujui

Pembimbing



(Reni Yuliviona, S.E., MM., Ph.D)

Ketua Program Studi



(Linda Wati, S.E., M.Si)

**PENGARUH *EASY TO USE* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DENGAN CITRA BANK SEBAGAI MEDIASI
(Studi Kasus : Mobile Banking Bank Bni Di Kota Padang)**

Miftahul Jannah¹, Reni Yuliviona²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail: miftahuljannaahh57@gmail.com²⁾reniyuliviona@bunghatta.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk membuktikan pengaruh *easy to use* dan *e-trust* terhadap kepuasan nasabah dengan citra bank sebagai variabel mediasi. Studi kasus pada *mobile banking* bank BNI di kota Padang. Metode penelitian adalah kuantitatif menggunakan 82 kuesioner yang disebar sebagai instrumen pengumpulan data dengan teknik *random sampling*. Analisa data menggunakan *Smart-PLS versi 3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *easy to use* dan *e-trust* berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Namun, *easy to use* dan *e-trust* berpengaruh positif terhadap citra bank. citra bank berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kemudian, citra bank mampu memediasi pengaruh *easy to use* dan *e-trust* terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Easy To Use, E-trust, Citra Bank, Kepuasan Nasabah*

Abstract

The purpose of this study was to prove the effect of easy to use and e-trust on customer satisfaction with bank image as a mediating variable. Case study on BNI bank mobile banking in Padang city. The research method is quantitative using 82 questionnaires distributed as data collection instruments with random sampling techniques. The results showed that easy to use and e-trust had a negative effect on customer satisfaction. However, easy to use and e-trust have a positive effect on bank image. Bank image has a positive effect on customer satisfaction. Then, the image of the bank is able to mediate the effect of easy to use and e-trust on customer satisfaction.

Keywords: *Easy To Use, E-trust, Bank Image, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *easy to use dan e-trust* terhadap kepuasan nasabah dengan citra bank sebagai variabel mediasi pada mobile banking BNI di kota padang dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.

Pada proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan bagi penulis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Teristimewa Bapak Ahmad Khudori dan Ibu Atia yang telah memberikan do'a, dukungan moral dan materi serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
3. Ibu Prof. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Reni Yuliviona S.E., M.M., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini dari awal sampai selesai.

7. Segenap Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta yang telah bersedia memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama penulis menempuh perkuliahan.
8. skripsi ini adalah persembahan kecil saya buat Alm. Nenek yang selalu mendoakan cucunya
9. Kepada saudara kandung (kakak dan adik) penulis yang telah memberikan semangat serta motivasi.
10. Teman-teman yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan yang telah memberikan semangat dan kebersamaannya kepada penulis dalam menyelesaikan studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi acuan, tambahan referensi, serta bahan bandingan untuk permasalahan yang serupa pada masa yang akan datang. Serta meningkatkan pemahaman bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen khususnya pemasaran. Dan semoga segala kebaikan dapat menjadi amal bagi kita semua.

Padang, juni 2024

(Miftahul Jannah)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	III
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Kepuasan Nasabah	9
2.1.2 Citra Merek (Bank)	12
2.1.3 <i>Easy To Use</i>	14
2.1.4 <i>E-Trust</i>	15
2.2 Pengembangan Hipotesis	16
2.2.1 <i>Easy To Use</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	16
2.2.2 <i>Easy To Use</i> Terhadap Citra Bank.....	17
2.2.3 <i>E-Trust</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	18
2.2.4 <i>E-Trust</i> Terhadap Citra Bank	20
2.2.5 Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah	21
2.2.6 Citra Bank Memediasi Hubungan Antara <i>Easy To Use</i> Dan Kepuasan Nasabah	22
2.2.7 Citra Bank Memediasi Hubungan Antara <i>E-Trust</i> Dan Kepuasan Nasabah	24
2.3 Kerangka Konseptual	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
Metode Penelitian.....	27

3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek, Populasi Dan Sampel Penelitian.....	27
3.3 Jenis Dan Sumber Data	28
3.4 Definisi Operasional Variabel	28
3.4.1 Kepuasan Nasabah	28
3.4.2 Citra Bank	29
3.4.3 <i>Easy To Use</i>	29
3.4.4 <i>E-Trust</i>	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.5.1. Measurement Model Assessment	31
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	32
3.6 Mediasi.....	35
3.7 Tipe-Tipe Mediasi	35
BAB IV	36
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Analisis	36
4.1.1 Response Rate	36
4.1.2 Profil Responden.....	36
4.1.3 Measurement Model Assessment	39
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	45
4.1.5 Analisis <i>R Square</i>	49
4.1.6 <i>Structural Model Assessment</i>	50
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Pengaruh <i>Easy To Use</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	53
4.2.2 Pengaruh <i>Easy To Use</i> Terhadap Citra Bank.....	54
4.2.3 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	55
4.2.4 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap Citra Bank	56
4.2.5 Pengaruh Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah.....	57
4.2.6 Pengaruh Citra Bank Memediasi Hubungan Antara <i>Easy To Use</i> Dan Kepuasan Nasabah	57
4.2.7 Pengaruh Citra Bank Memediasi Hubungan Antara <i>E-Trust</i> Dan Kepuasan Nasabah	59
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61

5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Penelitian.....	61
5.3 Keterbatasan Dan Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Award 2023</i>	3
Tabel 1.2 Fenomena Masalah.....	4
Tabel 3.1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	33
Tabel 3.2 Kriteria <i>R square</i>	34
Tabel 3.3 Tipe Penguji Mediasi.....	35
Tabel 4.1 <i>Respon Rate</i>	36
Tabel 4.2 Profil Responden	37
Tabel 4.3 Hasil <i>Outer Loading</i> (tahap1)	39
Tabel 4.4 Hasil <i>Outer Loading</i> (tahap 2)	40
Tabel 4.5 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha, composite Reability, dan AVE</i>	41
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity dengan metode Fornell – Lacker Criterion</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity dengan Metode Cross Loading</i>	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis <i>Discriminant Validity dengan Metode Heterotrait – Monotrait (HTMT)</i>	44
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah.....	45
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Citra Bank.....	46
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel <i>Easy To Use</i>	47
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel <i>E-trust</i>	48
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>R square</i>	49
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Structural Model Assessment</i>	50
Tabel 4.15 Hasil Analisis Citra bank sebagai variabel mediasi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 <i>Structural Model Assessment</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 MAPPING PENELITIAN TERDAHULU	70
LAMPIRAN 2 KUISIONER PENELITIAN	93
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA	98
LAMPIRAN 4 PROFIL RESPONDEN	104
LAMPIRAN 5 <i>MEASUREMENT MODAL ASSESMENT</i>	106
LAMPIRAN 6 ANALISIS DESKRIPTIF	111
LAMPIRAN 7 ANALISIS <i>R SQUARE</i>	113
LAMPIRAN 8 <i>STRUCKTURAL MODEL ASSESMENT</i>	114

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penelitian

Pada saat ini teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat, kemajuan teknologi informasi juga sangat berdampak bagi pebisnis salah satunya pada sektor Bank dalam melayani nasabah. Dengan adanya teknologi informasi pada sektor bank hampir seluruh mekanisme pelaksanaan dan pemerosesan data di selesaikan oleh teknologi informasi.

Bentuk bagian perbankan yang menggunakan teknologi informasi(TI) adalah *mobile banking* Berupa aplikasi untuk mempermudah layanannya dan mempermudah dalam bertransaksi bagi nasabah hanya lewat smarphone saja dan dimana saja tidak perlu ke kantor bank.

Bentuk bagian perbankan yang menggunakan teknologi informasi(TI) adalah *mobile banking* Berupa aplikasi untuk mempermudah layanannya dan mempermudah dalam bertransaksi bagi nasabah hanya lewat smarphone saja dan dimana saja tidak perlu ke kantor bank.

Menurut Nawangasari & Putri, (2020) Bank BNI adalah bank yang menyediakan layanan berupa Aplikasi *mobile banking BNI* untuk memberi kepuasan kepada nasabah dalam bentuk mempermudah nasabahnya dalam mekanisme pelaksanaan dan pemerosesan data yang dapat di selesaikan dengan mudah dan mempermudah nasabahnya untuk bertransaksi di manapun dan kapan pun. Bank BNI juga memberikan layanan yang tidak hanya untuk bertransaksi dengan sesamanya tapi juga bisa bertransaksi dengan bank lain dalam dunia perbankan. Dan juga aplikasi *mobile banking BNI* juga banyak bekerja sama dengan aplikasi-aplikasi bisnis lainnya seperti Dana, Ovo, *i.saku*, Gopay, LinkAja, Tapcash, dan ShopeePay.

Di aplikasi *mobile banking* BNI memberikan layanan seperti, transaksi informasi saldo, transfer, pembelian pulsa, dan lain-lain dengan aman, mudah, dan cepat, serta dapat di akses di mana saja selama 24 jam. Hanya dengan mengakses melalui smartphone, sehingga nasabah tidak perlu keluar rumah untuk bertransaksi pada mesin ATM.

Visi Bank BNI adalah menjadi lembaga keuangan yang unggul dalam layanan dan kinerja. Dengan salah satu misinya yaitu memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah dan selaku mitra pilihan utama.

di kutip dari *Infobanknews* Bank Negara Indonesia (BNI) sukses meraih penghargaan Satisfaction, Loyalty, & Engagement Awards 2023 (SLE Awards 2023) pada Rabu, 25 Januari 2023 di Shangri-La Hotel Jakarta. Penghargaan yang diberikan oleh Majalah Infobank dan Marketing Research Indonesia (MRI) pada acara “6th Satisfaction, Loyalty, Engagement Awards 2023” ini didasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh MRI bekerja sama dengan Infobank terhadap 1.437 responden.

Mereka adalah nasabah bank yang tersebar di delapan kota besar, yakni Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Medan, Balikpapan/Samarinda, Makassar, dan Palembang. Ke-21 bank tersebut adalah 4 bank di kelompok bank modal inti (KBMI) IV, yakni Bank Mandiri, BCA, BNI, dan BRI. Lima bank di KBMI III, yakni Bank Permata, Bank Maybank Indonesia, BTN, Bank OCBC NISP, dan Bank CIMB Niaga. Tiga bank umum syariah, yakni Bank Muamalat, BSI, dan BCA Syariah. Tiga bank digital, yakni Bank Jago, Bank Neo Commerce (BNC), dan Jenius (BTPN). Dan, enam bank pembangunan daerah (BPD), yakni Bank Sulselbar, Bank Sumselbabel, Bankaltimlara, Bank Jatim, Bank Sumut, dan Bank DKI. Survei dilakukan pada rentang Oktober 2022 hingga Desember 2022 dengan menggunakan metode kuantitatif melalui wawancara tatap muka. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode intercept do area-are publik dan tempat

keramaian karena ingin mendapatkan responden pengguna m-banking dari setiap sampel. Untuk BNI, bank yang dipimpin oleh Royke Tumilaar sebagai direktur utamanya ini tercatat berhasil menempati posisi teratas untuk kelompok KBMI 4 di survei SLE 2023 dengan meraih skor 64,79%. dan lagi, BNI juga tercatat berhasil menjadi yang terbaik dalam dua tahun berturut-turut, dengan total skor 56,97% pada survei SLE 2022.

Raihan total skor BNI di survei SLE 2023 yang sebesar 64,79% itu menjadi yang tertinggi di antara bank-bank yang sekelas dengannya, sekaligus di atas rata-rata industri dan KBMI 4.

sedangkan menurut data dari *Top Brand Award 2023* mobile banking BNI termasuk *Top Brand* ke peringkat empat dengan subkategori *Mobile banking* BNI untuk kategori *e-cannel*.

Tabel 1.1 Top Brand Award 2023

Nama Bank	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
m-BCA	44.50	45.50	47.50	47.40	47.90
BRI mobile	17.00	20.50	17.00	19.40	19.80
m-Banking Mandiri	16.60	13.80	12.90	12.90	13.00
BNI Mobile	12.30	11.30	14.00	11.20	11.33
CIMB Niaga Mobile	3.40	4.00	4.10	3.80	4.20

sumber : *Top Brand Award (www.topbrand.award.com)*

berdasarkan data dilihat bahwa index mobile banking BNI masih jauh di bawah dengan peringkat ke empat dan m-BCA berada di peringkat paling tinggi. BNI mobile index persentasenya sangat jauh tertinggal di bandingkan m-BCA dengan terus naik sedangkan BNI mobile mengalami naik turun dan berada di bawah m-BCA , BRI Mobile, dan m-Banking Mandiri. tetapi BNI mobile masih di atas CIMB Niaga Mobile.

Dan untuk melihat fenomena masalah kepuasan nasabah mobile banking BNI di kota Padang di lakukan surver awal dengan 30 responden :

Tabel 1.2 Fenomena Masalah

No	Pernyataan	Jawaban					Skor total	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Menurut saya aplikasi mobile banking BNI terpercaya dalam bertransaksi dan mengatakan ke orang-orang terdekat	0	5	6	15	4	108	3,6
2	Aplikasi mobile banking BNI mempermudah saya dalam bertransaksi	1	4	6	18	1	104	3,46
3	Tampilan website pada aplikasi mobile banking BNI mudah unruk di kenali	1	1	12	14	2	105	3,5
4	Kelengkapan fitur mobile banking BNI mampu memenuhi kebutuhan nasabah	3	2	6	17	2	103	3,43
5	Menurut saya aplikasi mobile banking BNI aman untuk bertransaksi tidak mengecewakan	3	5	17	3	2	86	2,86
Rata-Rata								3,37
Tingkat Capaian Responden (TCR)								67,4%

Sumber: survey awal, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat kepuasan nasabah yang cukup puas bertransaksi menggunakan mobile banking BNI yaitu setengah dari responden, karena aplikasi *mobile banking* BNI masih kurang memenuhi harapan nasabah dan tingkat kepuasan nasabah masih rendah dalam bertransaksi menggunakan aplikasi mobile banking BNI, dan tingkat ekspektasi terhadap *mobile banking* BNI masih belum memenuhi keinginan nasabah. Dan dilihat dari skor rata-rata jawaban responden adalah 3,37 dengan TCR sebesar 67,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan nasabah pada *mobile banking* Bank BNI di kota Padang masih tergolong cukup puas (Arikunto, 2006).

Easy to use dan *e-trust* adalah cara Bank BNI untuk memenuhi kebutuhan nasabah maupun kebutuhan dari Bank BNI dan agar dapat bersaing di dunia perbankan.

dalam membangun tingkat kepuasan nasabah BNI *mobile banking* tentu banyak upaya yang harus dilakukan oleh Bank BNI sehingga BNI mobile dapat bersaing di dunia perbankan.

Menurut (Damayanti, 2019) salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan citra bank adalah *easy to use* atau kemudahan dalam penggunaan dari aplikasi *mobile banking BNI*. Semakin mudah penggunaan aplikasi *mobile banking BNI*, semakin puas nasabah pada aplikasi *mobile banking BNI* tersebut, dan semakin baik citra bank yang terbentuk. Selain itu, kepuasan nasabah dan citra bank pada aplikasi *mobile banking BNI* juga dapat dipengaruhi oleh *e-trust* atau tingkat kepercayaan pada transaksi elektronik

Pengaruh *easy to use* dan *e-trust* terhadap kepuasan konsumen dengan citra bank sebagai variabel mediasi (studi kasus pada bank BNI di Padang) adalah bentuk penelitian yang telah di modifikasi dari penelitian sebelumnya yang mana berjudul Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan nasabah pengguna BNI mobile banking melalui citra Bank sebagai variabel intervening (studi kasus pada nasabah pengguna bank BNI mobile banking di kota Depok) yang di lakukan oleh srinawangasari & putri, (2020) dan di dukung juga dengan penelitian yang berjudul pengaruh dimensi easy of use dan eviciency terhadap costumer satisfaction pengguna aplikasi BNI mobile banking di yogya karta oleh ahmad faturohman, (2019) dan di dukung juga oleh Citra merek sebagai pengaruh moderasi periklanan dan kemudahan terhadap minat penggunaan kembali Shopepay rindang matoati & sri devi (2022)

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam peneltian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Easy to use* pada aplikasi *mobile banking* BNI berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
2. Apakah *Easy to use* pada aplikasi *mobile banking* BNI berpengaruh terhadap Citra Bank *mobile banking* bank BNI di kota padang?
3. Apakah *E-tust* pada aplikasi *mobile banking* BNI berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
4. Apakah *E-tust* pada aplikasi *mobile banking* BNI berpengaruh terhadap Citra Bank *mobile banking* bank BNI di kota padang?
5. Apakah Citra Bank pada aplikasi *mobile banking* BNI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
6. Apakah Citra Bank memediasi hubungan antara *Easy to use* dan Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* Bank BNI di kota padang?
7. Apakah citra Bank memediasi hubungan antara *E-tust* dan kepuasan Nasabah pada *mobile banking* Bank BNI di kota padang?

1.3 tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan:

1. Pengaruh *Easy to use* pada aplikasi *mobile banking* BNI terhadap Kepuasan Nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
2. Pengaruh *Easy to use* pada aplikasi *mobile banking* BNI terhadap Citra Bank *mobile banking* bank BNI di kota padang?

3. Pengaruh *E-trust* pada aplikasi mobile banking BNI terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
4. Pengaruh *E-trust* pada aplikasi mobile banking BNI terhadap citra bank *mobile banking* bank BNI di kota padang?
5. Pengaruh Citra Bank pada aplikasi mobile banking BNI terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* bank BNI di kota padang?
6. Pengaruh Citra Bank sebagai mediasi antara *Easy to use* dan Kepuasan Nasabah pada *mobile banking* Bank BNI di kota padang?
7. Pengaruh Citra Bank sebagai mediasi antara *E-tust* dan kepuasan Nasabah pada *mobile banking* Bank BNI di kota padang?

1.4 Manfaat penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Kedua manfaat tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dapat menambah relasi dan banyak wawasan pada ilmu manajemen pemasaran dalam bidang Kemudahan , Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI.

2. Manfaat praktis.

dalam penelitian ini di harapkan bermanfaat bagi PT. Bank Negara Indonesia (BNI) dalam menjalankan strategi pemasaran yang baik, khususnya dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang diharapkan dapat terus menggunakan fitur layanan BNI Mobile banking.