



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. Teori TAM diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989. Teori ini merupakan teori yang diangkat dari *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang menjelaskan bahwasanya perilaku personal untuk menerima dan menggunakan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor. Dua faktor tersebut yaitu: kemanfaatan (*usefulness*) yaitu menjelaskan tentang kepercayaan bahwasanya apabila pengguna menggunakan suatu sistem maka pengguna tersebut mampu meningkatkan kinerja pekerjaannya. Lalu, kemudahan penggunaan (*ease of use*) yaitu menjelaskan tentang kepercayaan bahwasanya apabila pengguna menggunakan suatu sistem maka pengguna tersebut akan bebas dari upaya fisik dan mental.

Pakpahan (2023) teori TAM memiliki tujuan yang menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*Acceptance*) pengguna faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap suatu teknologi dalam sebuah organisasi atau perusahaan. TAM menjelaskan sebuah hubungan sebab akibat antara keyakinan dan perilaku, tujuan serta penggunaan yang nyata dari pengguna pada sistem informasi. Teori TAM mempercayai bahwa pengguna sistem informasi mampu meningkatkan kinerja individual pada suatu perusahaan. Penggunaan sistem



informasi juga tergolong mudah dilakukan dan dalam penggunaanya tidak membutuhkan usaha keras.

Model ini membahas terkait dengan penerimaan sistem teknologi untuk digunakan oleh pengguna. TAM berasumsi bahwa penerimaan sistem TI diasumsikan pada dua faktor, yaitu persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Menurut teori TAM, persepsi kemudahan/kepuasaan penggunaan dan pemanfaatan teknologi akan berpengaruh pada kepuasan pengguna. Dalam konteks *M-banking*, pengguna akan merasa puas dengan layanan jika pengguna merasa bahwa aplikasi *M-banking* mudah digunakan, memberikan pemanfaatan yang signifikan, aman, dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, faktor-faktor seperti kemudahan sistem informasi akuntansi, kualitas layanan yang disediakan, kepercayaan nasabah terhadap sistem, dan keamanan transaksi akan berkontribusi pada tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan *M-banking*. *Teori Technology Acceptance* model digunakan oleh peneliti sebagai acuan eksplorasi sikap pengguna teknologi dan perilaku pengguna dalam menggunakan teknologi (Anisa & Samrotun, 2024).

2.1.2 Mobile Banking

Mobile banking (M-banking) merupakan layanan perbankan yang dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah bank dalam melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat telepon seluler. Aplikasi *M-banking* dapat diunduh dan diakses oleh nasabah yang telah terdaftar pada bank yang bersangkutan. Salah satu fitur utama dalam *M-banking* adalah menu pembayaran dan menu transfer, yang tidak hanya memfasilitasi transaksi belanja



online, tetapi juga memberikan solusi bagi nasabah yang mengadopsi sistem *cashless* (Mukhra & others, 2024).

Penggunaan layanan *M-banking* dibatasi hanya untuk nasabah yang telah melakukan registrasi di bank tersebut, memastikan keamanan dan privasi transaksi. Fitur menu pembayaran dan transfer dalam *M-banking* memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk mengelolah keuangan mereka dengan mudah dan efisien. Nasabah dapat melakukan pembayaran tagihan, transfer dana antar-rekening, bahkan berbagai transaksi lainnya tanpa harus berkunjung langsung ke bank fisik.

Peran *M-banking* semakin penting dalam mendukung tren perbankan non-tunai dan *cashless society*. Nasabah yang beralih ke *M-banking* menikmati kenyamanan, kemanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai. Ini juga membantu meningkatkan efisiensi dalam sistem perbankan dalam mengurangi kebutuhan untuk transaksi fisik di kantor cabang. Dengan demikian, *M-banking* tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga menjadi aspek integral dari gaya hidup modern yang didasarkan pada teknologi.

Manfaat *M-banking* sangat signifikan dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi nasabah. Salah satu keunggulan utama *M-banking* adalah kemampuannya memfasilitasi transaksi finansial maupun non-finansial tanpa harus mengunjungi kantor cabang bank secara langsung. Dengan adanya layanan ini, nasabah dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan kapan saja dan di mana saja. Selain itu, pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan perbankan melalui perangkat telepon seluler yang terhubung dengan jaringan internet.



Mukhra & others (2024) pada bukunya terdapat beberapa manfaat utama dari penggunaan *M-banking*:

a. Kemudahan akses

M-banking memungkinkan nasabah mengelola akun dan melakukan berbagai transaksi kapanpun dan dimanapun tanpa perlu mendatangi kantor cabang bank. Hal ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki aktivitas padat atau berdomisili jauh dari kantor bank.

b. Praktis dan tanpa uang tunai

Penggunaan *M-banking* memberikan kemudahan dalam bertransaksi karena nasabah tidak lagi perlu membawa atau menghitung uang tunai saat melakukan pembayaran. Nasabah dapat melakukan pembayaran tagihan maupun belanja secara online dengan lebih cepat tanpa perlu mengkhawatirkan keamanan uang tunai.

c. Keamanan

Transaksi melalui *M-banking* dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih, seperti penggunaan kode rahasia dan autentikasi dua faktor. Ini meningkatkan keamanan transaksi serta memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga mengurangi risiko pencurian maupun penyalahgunaan data dan dana.

d. *Monitoring transaksi real time*

Nasabah dapat dengan mudah memantau transaksi secara *real time* melalui aplikasi *M-banking*. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai aktivitas keuangan serta memungkinkan nasabah mengambil tindakan dengan cepat apabila terjadi perubahan atau kendala dalam transaksi keuangan.



e. Penghematan waktu dan biaya

Dengan mengurangi kebutuhan untuk pergi ke kantor cabang bank, *M-banking* dapat menghemat waktu dan biaya perjalanan bagi nasabah. Layanan ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan berbagai transaksi secara lebih praktis dan cepat. Selain itu, penggunaan *M-banking* juga mendukung efisiensi operasional perbankan dengan mengurangi beban kerja di kantor cabang.

Dengan adanya layanan *M-banking*, nasabah tidak hanya memperoleh kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan, tetapi juga dapat mengakses layanan keuangan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat yang terhubung dengan internet. Kehadiran layanan ini juga membawa transformasi positif dalam cara nasabah berinteraksi dengan layanan perbankan. Selain itu, *M-banking* secara efektif mendorong terwujudnya sistem perbankan yang lebih efisien, modern, dan terintegrasi secara digital.

2.1.3 Kepuasan Pengguna

2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pengguna

Suatu perusahaan dibentuk dengan tujuan kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna dapat diartikan bahwa pengguna harus dapat sebuah kepuasan dalam hal tertentu yang diinginkan dan dibutuhkannya. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh *Schnaars* yaitu tujuan dari dibentuknya sebuah perusahaan adalah untuk menciptakan rasa kepuasan pengguna atau pelanggan. Ketercapaian kepuasan pengguna dapat dikatakan berhasil apabila tanggapan pengguna terhadap kualitas jasa pelayanan perpustakaan sama atau lebih dari yang diharapkan terhadap kualitas tersebut. Menurut *Kotler* arti dari kepuasan



pengguna yaitu sebuah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang yang berasal dari hasil kesannya antara kinerja yang dirasakannya dari suatu produk dan harapan-harapannya (*expectations*). Dapat dipahami bahwa kepuasan adalah perasaan senang ataupun mendapatkan apa yang diinginkan seseorang terhadap suatu hal (Putra, 2021).

Kepuasan pengguna merupakan kondisi ketika konsumen merasa puas terhadap produk/jasa yang diterima sehingga memiliki keinginan untuk menggunakan kembali produk/jasa tersebut di masa mendatang. Kepuasan maupun ketidakpuasan pengguna merupakan respons yang muncul setelah konsumen membandingkan antara harapan sebelum menggunakan produk/jasa dengan kinerja aktual yang dirasakan. Semakin tinggi kesesuaian antara harapan dan kinerja yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap produk/jasa tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa ketika seseorang atau sekelompok orang merasa senang atas kepuasan barang atau jasa yang telah digunakan, maka pengguna akan memberikan penilaian yang positif terhadap produk atau jasa tersebut. Kepuasan tersebut merupakan perasaan yang diperoleh dari harapan yang sebelumnya baik menjadi lebih baik. Perasaan puas tersebut akan muncul apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

Putra (2021) terdapat beberapa harapan pengguna terhadap suatu sistem informasi yaitu sebagai berikut:

- a. Pengguna berharap suatu kenyamanan dalam penggunaan seluruh layanan yang ada di perpustakaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

- b. Pengguna sangat berharap bahan pustaka yang dibutuhkan tersedia dengan lengkap.
- c. Pengguna berharap pada petugas atau pelayan bersikap ramah, bersahabat dan responsif.
- d. Pengguna berharap suatu perpustakaan menyediakan akses internet yang cepat.

2.1.3.2 Indikator Kepuasan Pengguna

Pada penelitian Rahayu (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Berbasis *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Kc Medan Ahmad Yani”. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna, yaitu sebagai berikut:

- a. Terpenuhinya harapan yang diberikan oleh produk.

Indikator ini menggambarkan sejauh mana layanan atau aplikasi mampu memenuhi ekspektasi awal pengguna. Kepuasan meningkat ketika fitur, kinerja, serta kemudahan penggunaan sesuai atau bahkan melebihi harapan pengguna. Semakin kecil kesenjangan anatar harapan dan kenyataan yang diterima, maka semakin tinggi tingkat kepuasan.

- b. Puas dengan pengalaman bertransaksi situs.

Indikator ini menekankan pada kualitas pengalaman yang dirasakan pengguna selama melakukan aktivitas transaksi, seperti kecepatan proses, keamanan, kejelasan informasi, dan kemudahan navigasi dalam menggunakan layanan. Pengguna merasa puas ketika proses transaksi berjalan lancar tanpa hambatan teknis ataupun prosedural.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

c. Perasaan senang telah memilih situs dibandingkan situs lain.

Indikator ini berkaitan dengan perbandingan subjektif pengguna terhadap layanan serupa yang ditawarkan oleh platform lain. Pengguna merasa lebih nyaman, percaya, dan memiliki preferensi positif sehingga menimbulkan rasa bangga atau yakin bahwa pilihan yang diambil adalah yang terbaik.

2.1.4 Sistem Informasi Akuntansi

2.1.4.1 Definisi Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) selain digunakan sebagai alat manajemen untuk mendapatkan informasi, menganalisis dan memutuskan, juga berfungsi sebagai alat untuk mempertanggung jawabkan wewenang yang telah didelegasikan manajemen kepada level-level manajemen di bawahnya dan karyawan pelaksana. Pertanggung jawaban tersebut akan berjalan lancar dengan bantuan suatu sistem yang memungkinkan setiap karyawan mencatat dan mendokumentasikan seluruh kejadian dan transaksi yang terjadi dengan sistematis, teratur, baku dan mudah (Marina & others 2017). Jadi, Sistem Informasi Akuntansi merupakan jaringan dari seluruh prosedur, formulir-formulir, catatan-catatan, dan alat alat yang digunakan untuk mengolah data keuangan menjadi suatu bentuk laporan yang akan digunakan oleh pihak manajemen dalam mengendalikan kegiatan usahanya dan selanjutnya digunakan sebagai alat pengambilan keputusan manajemen. SIA merupakan sub sistem yang merupakan satu kesatuan sistem *business process* yang saling terkait satu sama lain.

Romney & Steinbart (2015) menyatakan dalam bukunya terdapat 6 komponen dari sistem informasi akuntansi yaitu :



- a. orang yang menggunakan sistem
- b. prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses dan menyimpan data
- c. data mengenai organisasi dan aktifitas bisnisnya
- d. perangkat lunak yang digunakan untuk mengelolah data
- e. infrastruktur teknologi informasi, meliputi komputer, ptangkat periferel, dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam SIA
- f. pengendali internal dan pengukuran keamanan yang menyimpan SIA

Sistem Informasi Akuntansi diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi perusahaan yang bersifat umum khususnya yang berhubungan dengan informasi keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan penting dan strategik. Karena organiasi bisnis amat kompleks, terlebih dengan perkembangan teknologi yang meliputi segala aspek bisnis akhir akhir ini termasuk kegiatan perekayasaan dan pengembangan produk baru serta penggunaan alat dan *gadget* baru untuk mendukung pengolahan informasi. Maka sistem informasi akuntansi diharapkan mampu mendukung penyediaan informasi yang cepat, tepat, akurat dan sesuai dengan kebutuhan bisnis terkini (Marina & others, 2017).

2.1.4.2 Indikator Sistem Informasi Akuntansi

Islami (2025) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Budaya Organisasi, Beban Kerja Dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Perbankan Tembilahan”. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur sistem informasi akuntansi. Adapun indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:



- a. Relevan yaitu mengurangi ketidakpastian, meningkatkan pengambilan keputusan, serta menegaskan atau memperbaiki ekspektasi sebelumnya.
- b. Reliabel, yaitu bebas dari kesalahan, menyajikan kejadian atau aktivitas organisasi secara akurat.
- c. Lengkap dan tepat waktu yaitu tidak menghilangkan aspek penting dari suatu kejadian atau aktivitas yang diukur.
- d. Dapat dipahami yaitu disajikan dalam format yang dapat dimengerti atau jelas.
- e. Dapat diverifikasi yaitu dua orang yang independen dan berpengetahuan dibidangnya dan masing masing menghasilkan informasi yang sama.
- f. Dapat diakses tersedia untuk pengguna ketika membutuhkannya dan dalam format yang dapat digunakan

2.1.5 Kualitas Layanan

2.1.5.1 Definisi Kualitas Layanan

Sa'adah & Munir (2020) menyatakan kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan merupakan konstruk dan kompleks, dan paling diinvestigasikan pada disiplin ilmu pemasaran serta menjadi salah satu aspek penting dalam menilai keberhasilan suatu layanan. Kualitas dapat dipandang secara luas sebagai keunggulan atau keistimewaan dan dapat didefinisikan sebagai penyampaian layanan yang relative istimewa atau superior terhadap harapan pelanggan. Berarti bahwa kualitas layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Kualitas layanan (*Service Quality*) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Kualitas layanan juga dapat dikatakan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari beberapa definisi diatas, maka kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang diraskana dibandingkan dengan harapannya (Sulistiyowati, 2018).

Dapat dikatakan bahwa dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan antara lain: layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima. Kualitas layanan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu : kualitas layanan yang memuaskan (bila layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan), kualitas layanan buruk (bila kualitas layanan yang diterima lebih rendah dibandingkan dengan kualitas layanan yang diharapkan), kualitas layanan yang ideal (bila kualitas layanan yang diterima lebih tinggi dibandingkan dengan yang diharapkan).

Sa'adah & Munir (2020) menyatakan terdapat empat karakteristik utama dalam kualitas layanan yaitu sebagai berikut :

a. *Intangribility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang fisik karna bersifat abstrak dan tidak dapat dilihat, disentuh atau dirasa sebelum dibeli atau dikonsumsi. Konsumen tidak dapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

menilai hasil jasa sebelum mengalaminya secara langsung. Oleh karena itu jasa hanya dapat dikonsumsi tanpa dimiliki (*non-ownership*).

b. *Inseparability* (tidak terpisah)

Produksi dan konsumsi jasa berlangsung bersamaan, sehingga interaksi antara penyedia dan pengguna jasa menjadi hal yang penting. Keberhasilan jasa sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam mengelola karyawan, mulai dari rekrutmen hingga pelatihan agar pelayanan yang diberikan efektif.

c. *Variability* (bervariasi)

Kualitas jasa cenderung bervariasi tergantung pada siapa yang memberikan, kapan, dan dimana jasa tersebut disediakan. Karena jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sulit bagi penyedia jasa untuk menjaga konsistensi kualitas pelayanan setiap waktu.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali, atau digunakan ulang. Karakteristik tersebut menyebabkan penyedia jasa harus mampu mengelola kapasitas layanan secara optimal. Permintaan jasa yang fluktuatif sering kali menyulitkan perusahaan dalam menjaga stabilitas operasional dan efisiensi pelayanan.

2.1.5.2 Indikator Kualitas Layanan

Siregar (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Berbasis *Mobile Banking* Pada Bank Mandiri Kcp Medan Zainul Arifin”. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kualitas layanan. Adapun indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- a. Keandalan (*Reliability*), kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat. Dimensi ini sering dianggap paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*), kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- c. Jaminan (*Assurances*), kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- d. Empati (*Empathy*), perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami kegiatan dan kebutuhan pelangganya.
- e. Bukti Langsung (*Tangibles*), sebagai penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil dan bahan komunikasi. Pada aplikasi, tangible ini diterjemahkan sebagai keberwujudan dari tampilan aplikasi *Mobile Banking*.

2.1.6 Kepercayaan

2.1.6.1 Defenisi Kepercayaan

Kepercayaan merupakan pengetahuan konsumen mengenai sesuatu objek, atributnya, dan manfaatnya, atau dalam arti kemauan seseorang untuk mempercayakan sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi Permata (2019). Kepercayaan konsumen dapat diciptakan dengan kejujuran



produsen dalam menyampaikan komposisi atau bahan-bahan yang digunakan pada suatu produk tertentu, demikian juga dengan penyampaian efek samping atas penggunaan produk atau jasa yang bersangkutan. Pengembangan produk atau jasa yang dilakukan secara terus menerus merupakan suatu bentuk kepedulian pihak perusahaan untuk menciptakan suatu produk atau jasa yang aman dan bermanfaat bagi konsumen.

Dari definisi diatas, kepercayaan memiliki perasaan yang penting bagi produk atau jasa. Apabila efek kepercayaan merek tidak dikendalikan dapat mengakibatkan pertimbangan akan tingkat kepuasan pelanggan yang berlebihan dalam mengembangkan komitmen konsumen terhadap produk atau jasa. Proses terciptanya kepercayaan terhadap merek didasarkan pada pengalaman mereka dengan merek tersebut. Pengalaman menjadi sumber bagi konsumen untuk terciptanya rasa percaya pada merek. Pengalaman ini akan mempengaruhi evaluasi konsumen dalam konsumsi, penggunaan atau kepuasan secara langsung dan kontak tidak langsung dengan merek.

Permata (2019) menyatakan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

a. *Brand Characteristic* (Karakteristik Produk)

Karakteristik produk mempunyai peran yang penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu produk karena dapat memengaruhi penilaian konsumen, hal ini disebabkan konsumen melakukan penilaian sebelum membelinya. Karakteristik produk menjadi salah satu pertimbangan penting dalam membangun kepercayaan konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

b. *Company Characteristic* (Karakteristik Perusahaan)

Karakteristik perusahaan yang diperkirakan dapat memengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Karakteristik tersebut menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Perusahaan perlu menjaga karakteristik yang dimilikinya agar kepercayaan konsumen tetap terpelihara.

c. *Customer Brand Characteristic* (Karakteristik Hubungan Konsumen)

Suatu hubungan tidaklah hanya satu arah, setiap kelompok saling mempengaruhi dalam hubungannya dengan kelompok lain. Begitu pula dalam hal ini, karakteristik hubungan konsumen dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk mencakup kesukaan konsumen terhadap produk, pengalaman konsumen, dan kepuasan konsumen.

Permata (2019) menjelaskan terdapat beberapa manfaat dari adanya kepercayaan yaitu, antara lain:

- a. Kepercayaan dapat meningkatkan pemasaran untuk berusaha dalam menjaga hubungan yang sudah terjalin dengan cara bekerja sama dengan rekan perdagangan.
- b. Kepercayaan dapat menjadi dasar penolakan pilihan jangka pendek serta lebih mengarah terhadap keuntungan jangka panjang sesuai dengan yang diharapkan dengan menjaga rekan yang ada.
- c. Kepercayaan dapat menjadi pendongkrak pemasar dalam mendatangkan resiko besar secara bijaksana, karena percaya bahwasannya rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang tentunya bisa saja merugikan pasar.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

2.1.6.2 Indikator Kepercayaan

Hidayati (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah”. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepercayaan pengguna yaitu sebagai berikut:

a. Keyakinan

Menggambarkan sejauh mana pengguna percaya bahwa pihak penyedia layanan dapat diandalkan dan konsisten dalam memenuhi apa yang telah dijanjikan. Pengguna merasa yakin bahwa informasi yang diberikan benar, proses layanan dilakukan secara jujur, serta tidak ada tindakan yang merugikan. Ketika tingkat keyakinan ini tinggi, konsumen akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.

b. Kemampuan

Menggambarkan persepsi pengguna mengenai kompetensi penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang baik. ini menunjukkan apakah penyedia layanan memiliki pengetahuan, keahlian, serta keterampilan yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah nasabah secara efektif. Semakin tinggi kemampuan yang dirasakan, semakin besar rasa percaya konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan.

c. Keterbukaan

Menunjukkan sejauh mana penyedia layanan bersikap transparan dalam menyampaikan informasi yang berkaitan dengan layanan, termasuk prosedur, biaya, ketentuan, maupun risiko. Pengguna merasa percaya ketika penyedia



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

layanan tidak menutupi hal penting dan mampu berkomunikasi secara jelas serta jujur. Sikap keterbukaan ini membuat nasabah merasa dihargai dan meningkatkan kepercayaan dalam hubungan transaksi.

2.1.7 Keamanan

2.1.7.1 Defenisi Keamanan

Kamus bahasa besar Indonesia (KBBI) keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain. Secara umum, keamanan juga mencerminkan kondisi yang memberikan rasa aman dan perlindungan dari berbagai risiko yang dapat merugikan. Keamanan merupakan topik yang luas termasuk keamanan nasional terhadap serangan teroris, keamanan komputer terhadap peretas, keamanan rumah terhadap maling dan penyusup lainnya, keamanan finansial terhadap kehancuran ekonomi dan banyak situasi yang berhubungan dengan keamanan yang lainnya.

Keamanan merupakan hal penting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan dalam online banking berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking* (Hidayati, 2023).

Demikian dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan suatu kemampuan dalam melakukan pengontrolan atau penjagaan terhadap informasi yang sifatnya rahasia atau data privasi seorang konsumen dari tindak penipuan



bahkan pencurian perbankan *online*. Keamanan dalam layanan *M-banking* yaitu sebuah keamanan privasi data nasabah dan keamanan dalam melakukan transaksi (Siregar, 2023).

Dari sudut pandang konsumen keamanan adalah suatu kemampuan untuk melindungi data atau informasi seorang konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan. Tingkat keamanan bertransaksi adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi *M-banking*. Keamanan adalah hal yang mutlak disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk, layanan, maupun keduanya. Keamanan memberikan kenyamanan pada pengguna (konsumen) dan meningkatkan kepercayaan konsumen (*customer trust*), yang berujung kepada peningkatan jumlah penjualan (Amalia, 2025).

Hidayati (2023) menyatakan terdapat 5 jenis sistem keamanan komputer yaitu sebagai berikut:

a. Keamanan Fisik

Jenis keamanan ini lebih ditekankan pada hardware atau perangkat keras. Hal tersebut bertujuan untuk melindungi *hardware* supaya tetap dalam kondisi yang prima agar dapat digunakan untuk melakukan operasi pada jaringan.

b. Keamanan Jaringan

Jenis ini dilakukan oleh benda yang tidak kelihatan, baik itu menggunakan software maupun perintah tertentu. Contoh keamanan jaringan yang satu ini yaitu dengan menggunakan *proxy* maupun *firewall* untuk melakukan filter pada *user* yang ingin menggunakan jaringan



c. Otorisasi Akses

Otorisasi akses merupakan sebuah keamanan harungan dengan penggunaan *password* atau kata sandi apabila kita ingin mengakses sesuatu pada sebuah jaringan. Hal tersebut dilakukan supaya administrator dapat memastikan hanya *user* tertentu saja yang dapat mengakses sebuah jaringan.

d. Proteksi Virus

Virus merupakan salah satu metode penyerangan pada sistem computer dengan menggunakan sebuah program yang bisa merusak atau membuat sistem pada computer menjadi kacau serta mengalami kerusakan. Untuk mengatasi serangan virus ini kita dapat menggunakan atau menginstal *software* anti virus pada computer serta selalu update dengan database terbaru.

e. Penanganan Bencana

Penanganan bencana ini merupakan langkah yang harus diambil apabila terjadi bencana alam yang mengakibatkan kerusakan dan kehilangan data-data penting pada sebuah sistem jaringan komputer. Perencanaan bencana ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kerusakan pada sistem dapat lebih cepat teratasi.

2.1.7.2 Indikator Keamanan

Siregar (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Layanan, Dan Keamanan Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Berbasis *Mobile Banking* Pada Bank Mandiri Kcp Medan Zainul Arifin”. Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keamanan pengguna. Adapun indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut:



a. Jaminan keamanan

Merupakan adanya perlindungan yang akurat terhadap teknologi informasi yang digunakan. Jaminan keamanan berupa perlindungan yang diberikan oleh pihak bank, baik dari segi keamanan yang melekat pada aplikasi *M-banking* seperti adanya PIN, maupun jaminan keamanan lainnya guna untuk menghindarkan dari ancaman pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Jaminan tersebut diberikan agar nasabah merasa lebih aman dalam melakukan transaksi sehingga risiko penyalahgunaan dapat diminimalkan. Jaminan keamanan informasi dapat dicapai melalui aktivitas penerapan suatu kontrol yang sesuai. Kontrol yang dimaksud meliputi penerapan berbagai kebijakan, fungsi- fungsi tertentu, prosedur, struktur dan praktek. Keseluruhan kontrol harus diterapkan oleh organisasi agar seluruh sasaran keamanan yang dimaksud dapat tercapai.

b. Kerahasiaan data (*data confidentiality*)

Merupakan sifat data yang menyatakan bahwa data tersebut tidak boleh diketahui atau diakses oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk mengakses atau mengetahuinya. Kerahasiaan data dijamin oleh pihak bank agar tidak tersebar kepada pihak lain yang tidak berwenang. Pihak bank harus menjaga kerahasiaan seluruh data dan informasi nasabah agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak memiliki hak akses. Upaya tersebut dilakukan untuk memberikan perlindungan terhadap informasi pribadi maupun informasi transaksi nasabah selama menggunakan layanan *M-banking*. Dengan terjaganya kerahasiaan data, nasabah akan merasa lebih aman dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan *M-banking* yang digunakan.



2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat landasan teori serta memahami keterkaitan antara temuan-temuan sebelumnya dengan variabel yang diteliti, peneliti menyajikan ringkasan penelitian terdahulu yang memiliki relevansi kuat dengan topik kajian ini. Penelitian-penelitian terdahulu tersebut digunakan sebagai bahan perbandingan, referensi, serta dasar dalam mengidentifikasi persamaan dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Kajian ini juga menjadi pendukung dalam pelaksanaan penelitian. Adapun beberapa penelitian yang dianggap relevan sebagai acuan tambahan dan bahan pertimbangan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang / tahun	Judul dan identitas jurnal	Variabel penelitian dan alat analisis data	Hasil Penelitian
1	Amelia Robbi Anisa, Yuli Chomsatu Samrotun 2024	Pengaruh SIA, Kualitass layanan, keamanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna mobile banking di soloraya JUMBAD: Jurnal ekonomi, manajemen, akuntansi dan bisnis digital Volume 01 nomor 01, septeber 2024 Halaman 36-47 https://ojs.gelcipnu.s.org/index.php/jemabd/article/view/11/108	Y: Kepuasan pengguna X1: SIA X2: Kualitass Layanan X3: Keamanan X4: Kepercayaan Alat uji: analisis regresi linear bergaanda dengan SPSS 21	SIA dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan keamanan sistem perbankan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.

Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

No	Nama Pengarang / tahun	Judul dan identitas jurnal	Variabel penelitian dan alat analisis data	Hasil Penelitian
2	Jelyta palittin, Achmad rudzalin, rahmawati fitriana 2025	Pengaruh kualitas layanan digital, kepercayaan dan keamanan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking livin' by mandiri di kota samarinda Jurnal eksis: jurusan akuntansi politeknik negeri saamarinda Vol 21 No 2 oktober 2025 ISSN: 0216-6437 (print) ISSN: 2722-9327 (Online) https://ejurnal.polnes.ac.id/index.php/eksis/article/view/1666/989	Y: Kepuasan Nasabah X1: kualitas layanan digital X2: kepercayaan X3: keamanan Alat uji: regresi linear berganda	Kualitas layanan digital, kepercayaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
3	Olyvia delvi, mila fursiana salma musfiroh 2021	Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking pada BRI syariah KCP weleria Jamasy: jurnal akuntansi, manajemen & perbankan syariah	Y: Kepuasan nasabah X1: Kualitas Layanan X2: Kepercayaan Alat uji: asumsi klasik, regresi linear berganda dengan SPSS 23	Kualitas layanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.

4. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

No	Nama Pengarang / tahun	Judul dan identitas jurnal	Variabel penelitian dan alat analisis data	Hasil Penelitian
		Vol 1 No 1, desember 2021 https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2323/1391		
4	Asri cahya mandiri, efriyanto, Elisabeth yansye metekohy 2021	Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI mobile (brimo) Jurnal: account Vol 8 No 1 https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/acc/article/view/3874/2270	Y: Kepuasan Nasabah X1: kualitas layanan X2: kepercayaan Alat uji: regresi linear berganda dengan SPSS 26	Kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BRI mobile (brimo)
5	Indy nur sholikhah, nunung nurhayati, annisa nadiyah rahmani 2024	Pengaruh kualitas layanan dan kualitas sistem terhadap kepuasan nasabah pengguna M-Banking BCA Jurnal riset akuntansi (JRA) Vol 4, No.1, juli 2024 e-ISSN 2798-6438 p-ISSN 2808-3083 https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRA/article/view/3812/2093	Y: kepuasan nasabah X1: kualitas layanan X2: kualitas sistem Alat uji: Partial least square (PLS) dengan software smartPLS 3.0	Kualitas layanan dan kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking BCA

Sumber: Diolah dari berbagai penelitian terdahulu (2021–2025)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

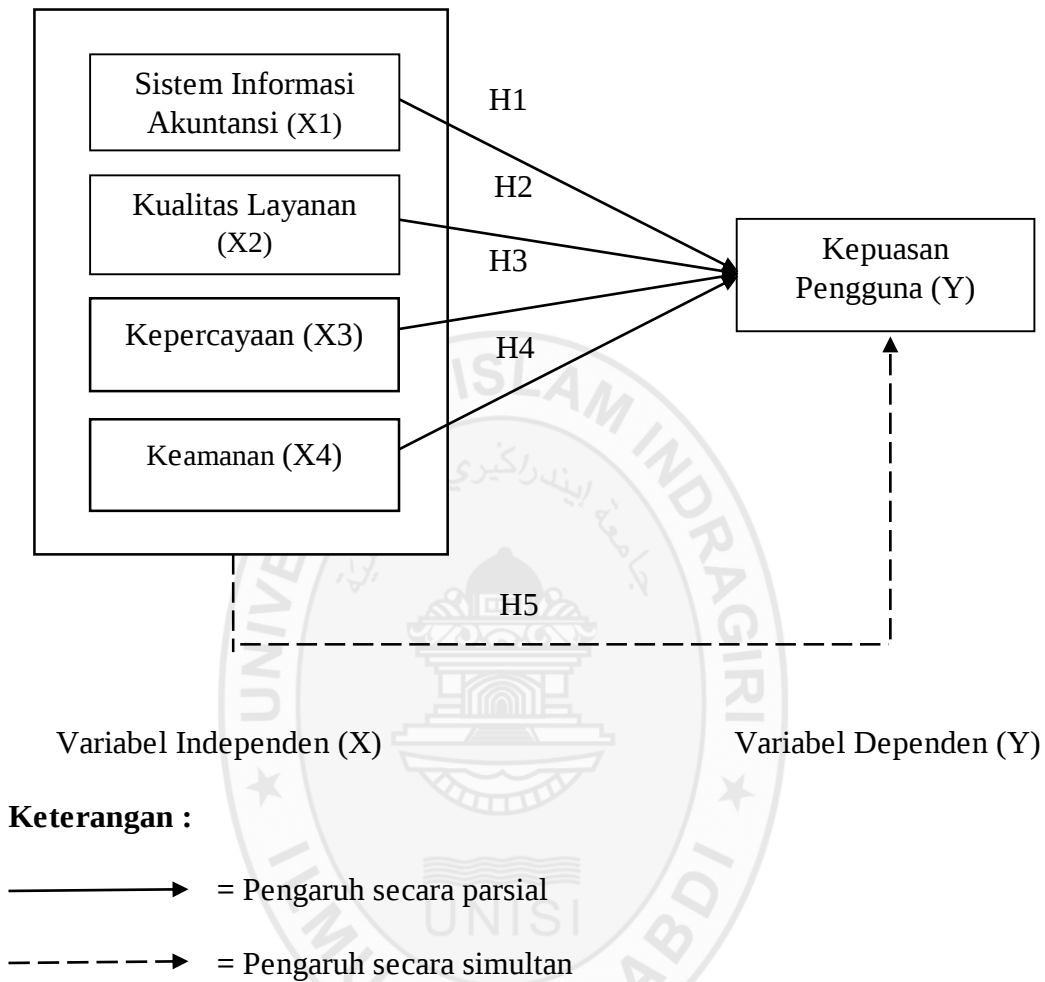
2.3 Kerangka Pemikiran

Penggunaan *M-banking* seperti BRImo terus meningkat seiring perkembangan teknologi yang mempermudah aktivitas perbankan. Untuk memberikan layanan digital yang optimal, bank harus menyediakan sistem yang handal, layanan berkualitas, dan keamanan yang mampu memberikan kenyamanan bagi pengguna. Pengelolaan *M-banking* yang baik akan mempermudah transaksi, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan pengalaman penggunaan yang lebih baik.

Sistem Informasi Akuntansi menjadi aspek penting karena memastikan transaksi berlangsung cepat, akurat, dan aman sehingga meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, kualitas layanan seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, tampilan yang nyaman, dan responsivitas terhadap keluhan turut memengaruhi pengalaman nasabah dalam menggunakan BRImo. Kepercayaan juga berperan besar, karena pengguna hanya akan merasa nyaman jika yakin bahwa layanan bank dapat diandalkan dan mampu menjaga kerahasiaan data. Sejalan dengan itu, keamanan sistem diperlukan untuk melindungi data dan mencegah risiko kejahatan siber.

Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan, faktor-faktor tersebut penting diteliti karena meskipun penggunaan BRImo meningkat, masih terdapat keluhan seperti gangguan transaksi, keterlambatan proses, dan kekhawatiran keamanan. Oleh karena itu, perlu analisis untuk mengetahui pengaruh SIA, kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pengguna BRImo.

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya Sugiyono (2022). Berdasarkan telaah teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka hipotesis berdasarkan penjabaran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

- H1 : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *M-banking* Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan
- H2 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *M-banking* Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan
- H3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *M-banking* Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan
- H4 : Keamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *M-banking* Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan
- H5 : Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *M-banking* Brimo pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tembilahan