**Journal of Innovative and Creativity**
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.co

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026,, Page: 14530-14535

# PENGARUH *TRUST* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER CITIZENSHIP BEHAVIOR* DENGAN *SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI BIMA MOBILE BANK JATENG

**Arda Maulana Aprilian**
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Sultan Agung Semarang
Corresponding Author **Arda Maulana Aprilian** : „ e-mail: ardamaulana1987@gmail.com

Published: Februari, 2026

## ABSTRACT
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *trust* dan *e-service quality* terhadap *customer citizenship behavior* dengan *satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan desain explanatory research. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 pengguna aktif Bima Mobile dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction*. Selanjutnya, *trust, e-service quality, dan satisfaction* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer citizenship behavior*. *Satisfaction* berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara *trust dan e-service quality* terhadap *customer citizenship behavior*. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kepercayaan dan kualitas layanan digital menjadi faktor kunci dalam mendorong kepuasan serta perilaku sukarela nasabah yang bernilai strategis bagi perbankan daerah.

**Kata Kunci:** Trust; E-Service Quality; Satisfaction; Customer Citizenship Behavior; Mobile Banking.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam industri perbankan, termasuk pada bank pembangunan daerah yang dituntut untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi digital (Safari et al., 2024). Mobile banking menjadi instrumen strategis dalam memperluas akses layanan keuangan tanpa batasan ruang dan waktu, sekaligus merespons perubahan perilaku nasabah yang semakin digital (Utomo & Hidayat, 2023). Dalam konteks ini, Bank Jateng mengembangkan aplikasi Bima Mobile sebagai upaya memperkuat daya saing dan meningkatkan kualitas layanan perbankan daerah.

Meskipun demikian, keberhasilan layanan perbankan digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan (trust**)** nasabah terhadap keamanan dan keandalan sistem (Hariguna et al., 2021). Trust berperan penting dalam mengurangi persepsi risiko pada layanan keuangan digital dan memengaruhi keputusan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan (Cahaya et al., 2023). Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung merasa aman dalam bertransaksi dan lebih terbuka untuk memanfaatkan fitur layanan digital yang tersedia.

Selain trust, e-service quality menjadi faktor kunci dalam membentuk pengalaman dan evaluasi pengguna terhadap layanan mobile banking. Kualitas layanan elektronik yang mencakup kecepatan transaksi, keandalan sistem, kemudahan navigasi, serta keamanan data terbukti berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan kepuasan pengguna layanan digital (Safari et al., 2024; Tedjokusumo & Murhadi, 2023). Dalam layanan tanpa interaksi fisik, performa sistem dan antarmuka aplikasi menjadi representasi utama kualitas layanan yang dirasakan nasabah.

Trust dan e-service quality selanjutnya berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan (satisfaction), yang tidak hanya mencerminkan kesesuaian antara harapan dan pengalaman pengguna, tetapi juga berfungsi sebagai pendorong perilaku pelanggan di luar transaksi inti (Yolanda & Handayan, 2024). Nasabah yang merasa puas cenderung menunjukkan perilaku sukarela positif atau Customer Citizenship Behavior (CCB), seperti memberikan rekomendasi, membantu pengguna lain, dan tetap toleran terhadap kekurangan layanan (Natarajan et al., 2024).

Namun, penelitian yang mengkaji hubungan antara trust, e-service quality, satisfaction, dan CCB pada aplikasi perbankan daerah masih relatif terbatas, karena sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada bank nasional atau platform digital berskala besar (Mustafa & Sudiro, 2022; Ansori, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh trust dan e-service quality terhadap customer citizenship behavior dengan satisfaction sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng, guna memberikan kontribusi empiris dan implikasi praktis bagi pengembangan layanan perbankan digital daerah.

## METODE

Instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dari responden pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng. Instrumen penelitian dirancang untuk mengukur variabel trust (X1)**,** e-service quality (X2)**,** satisfaction (Z)**,** dan customer citizenship behavior (Y) berdasarkan indikator yang telah diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan konteks layanan perbankan digital. Seluruh item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, guna memperoleh data numerik yang merepresentasikan persepsi responden secara objektif (Sugiyono, 2023; Ghozali, 2021).

Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis meliputi pengujian outer model untuk menilai validitas konvergen melalui nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), serta reliabilitas konstruk melalui Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Selanjutnya, pengujian inner model dilakukan untuk menganalisis hubungan struktural antarvariabel dengan melihat nilai path coefficient, uji signifikansi melalui bootstrapping, serta koefisien determinasi ($R^2$) guna menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Pendekatan ini dipilih karena mampu menguji hubungan langsung dan tidak langsung secara simultan, serta sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif multivariat pada bidang pemasaran jasa digital (Hair et al., 2022; Ghozali & Latan, 2021).

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini meliputi seluruh pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng**.** Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden: (1) merupakan pengguna aktif aplikasi Bima Mobile, (2) telah menggunakan aplikasi tersebut minimal selama tiga bulan, dan (3) pernah melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi Bima Mobile. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam mengevaluasi kualitas layanan dan kepercayaan terhadap aplikasi.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 150 responden yang memenuhi persyaratan sebagai sampel penelitian. Teknik sampling non-probability ini dipilih karena sesuai untuk penelitian perilaku konsumen berbasis aplikasi digital, di mana ketersediaan dan akses terhadap responden menjadi faktor pembatas utama. Pendekatan ini juga dinilai efektif untuk memperoleh data yang relevan dan representatif dalam menguji hubungan antarvariabel penelitian secara empiris *(Sugiyono, 2023)*.

### Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian diawali dengan penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel trust, e-service quality, satisfaction, dan customer citizenship behavior yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Tahap selanjutnya meliputi pengumpulan data

primer melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng yang memenuhi kriteria sampel. Data yang terkumpul kemudian dilakukan pemeriksaan dan pembersihan data untuk memastikan kelengkapan, konsistensi, serta kelayakan responden dalam proses analisis.

Tahap berikutnya adalah pengolahan dan analisis data menggunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Analisis diawali dengan pengujian outer model untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan pengujian inner model untuk menguji hubungan kausal antarvariabel dan hipotesis penelitian. Seluruh tahapan penelitian dilaksanakan sesuai dengan prinsip etika penelitian kuantitatif, dengan menjaga kerahasiaan identitas responden dan memastikan penggunaan data hanya untuk kepentingan akademik. Analisis akhir difokuskan pada interpretasi temuan empiris guna memberikan implikasi teoretis dan praktis bagi pengembangan layanan perbankan digital daerah *(Sugiyono, 2023)*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediksi yang baik terhadap data observasi. Hal ini menunjukkan bahwa model tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara teoritis, tetapi juga relevan secara empiris dalam memprediksi perilaku pengguna.

| Variabel | Q Square | Kriteria | Kesimpulan |
|---|---|---|---|
| *Satisfaction* | 0,527 | > 0 | **Terpenuhi** |
| *Customer Citizenship Behavior* | 0,596 | > 0 | **Terpenuhi** |

### Uji F Square

Uji f dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Menurut Cohen (1988), nilai $f^2$ sebesar 0,02 dikategorikan kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel trust dan e-service quality memiliki kontribusi dengan kategori kecil hingga sedang terhadap satisfaction, sedangkan satisfaction memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap customer citizenship behavior dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun trust dan e-service quality berperan penting, kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang memperkuat terbentuknya perilaku CCB pada pengguna aplikasi Bima Mobile.

| Variabel Eksogen | Variabel Endogen | F Square | Kesimpulan |
|---|---|---|---|
| *Trust* | *Customer Citizenship Behavior* | 0,042 | **Pengaruh Rendah** |
| *E-Service Quality* | *Customer Citizenship Behavior* | 0,073 | **Pengaruh Rendah** |
| *Trust* | *Satisfaction* | 0,180 | **Pengaruh Sedang** |
| *E-Service Quality* | *Satisfaction* | 0,150 | **Pengaruh Sedang** |
| *Satisfaction* | *Customer Citizenship Behavior* | 0,409 | **Pengaruh Tinggi** |

**Hasil Uji Hipotesis**
**Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)**

| Hubungan Antar Variabel | Orginal (O) | Standar (STDEV) | T Statistik (O/STDEV) | P value | Ket |
|---|---|---|---|---|---|
| *Trust* -> *Customer Citizenship Behavior* | 0,183 | 0,092 | 1,997 | 0,046 | **H1 Diterima** |
| E – Service Quality -> *Customer Citizenship Behavior* | 0,237 | 0,119 | 2,001 | 0,045 | **H2 Diterima** |
| *Trust* -> *Satisfaction* | 0,430 | 0,181 | 2,381 | 0,017 | **H3 Diterima** |
| E – Service Quality -> *Satisfaction* | 0,393 | 0,185 | 2,120 | 0,034 | **H4 Diterima** |
| *Satisfaction* -> *Customer Citizenship Behavior* | 0,516 | 0,098 | 5,246 | 0,000 | **H5 Diterima** |

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

1. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer citizenship behavior, yang berarti peningkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi Bima Mobile mendorong munculnya perilaku sukarela positif.
2. E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer citizenship behavior, yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan elektronik yang baik mampu meningkatkan keterlibatan dan partisipasi aktif pengguna.
3. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction, yang menunjukkan bahwa rasa aman dan keandalan layanan meningkatkan kepuasan pengguna.
4. E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction, yang menegaskan peran kualitas layanan digital sebagai determinan utama kepuasan.

5. Satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer citizenship behavior**,** yang menunjukkan bahwa pengguna yang puas cenderung menunjukkan perilaku sukarela yang menguntungkan bank.

**Uji Mediasi Satisfaction**

Uji mediasi dilakukan untuk menilai peran satisfaction dalam memediasi hubungan antara trust dan e-service quality terhadap customer citizenship behavior. Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa trust dan e-service quality berpengaruh signifikan terhadap customer citizenship behavior melalui satisfaction.

Selain itu, pengaruh langsung trust dan e-service quality terhadap customer citizenship behavior tetap signifikan setelah variabel satisfaction dimasukkan ke dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa satisfaction berperan sebagai mediator parsial (partial mediation)**.** Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi jalur perantara, tetapi juga memperkuat pengaruh langsung trust dan e-service quality terhadap perilaku CCB.

| **Hubungan Antar Variabel** | **Orginal (O)** | **Standar (STDEV)** | **T Statistik (O/STDEV)** | **P value** | **Ket** |
|---|---|---|---|---|---|
| *Trust-> Satisfaction -> Customer Citizenship Behavior* | 0,222 | 0,100 | 2.218 | 0,027 | **Dapat menjadi Mediasi** |
| E – Service Quality -> *Satisfaction -> Customer Citizenship Behavior* | 0,203 | 0,097 | 2,097 | 0,036 | **Dapat menjadi Mediasi** |

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa trust dan e-service quality berpengaruh signifikan secara parsial terhadap customer citizenship behavior pada pengguna aplikasi Bima Mobile Bank Jateng, dengan **satisfaction** terbukti berperan sebagai mediator parsial. Secara simultan, trust, e-service quality, dan satisfaction membentuk model struktural yang memiliki daya jelaskan dan kemampuan prediktif yang baik, tercermin dari nilai $R^2$ customer citizenship behavior yang berada pada kategori moderat. Seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara sahih. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku sukarela nasabah dalam konteks perbankan digital daerah terutama dibentuk oleh tingkat kepercayaan dan kualitas layanan elektronik yang mampu menciptakan kepuasan pengguna.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain penggunaan teknik purposive sampling dengan jumlah responden yang relatif terbatas, ruang lingkup penelitian yang hanya berfokus pada satu aplikasi mobile banking daerah, serta belum memasukkan variabel lain seperti literasi digital, persepsi risiko, atau switching cost yang berpotensi memengaruhi customer citizenship behavior. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan jumlah sampel, menambahkan variabel moderasi atau kontrol, serta menggunakan pendekatan longitudinal guna menangkap dinamika perilaku pengguna secara lebih komprehensif. Secara praktis, pihak Bank Jateng disarankan untuk memprioritaskan penguatan aspek keamanan, keandalan sistem, dan kualitas layanan digital secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan dan mendorong partisipasi aktif nasabah, sementara temuan ini dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis dalam pengembangan layanan perbankan digital daerah.

## REFERENCES


Ansori, M. (2024). Digital service quality dan perilaku kewargaan pelanggan pada layanan perbankan elektronik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 6(1), 45–58.

Cahaya, R., Prasetyo, A., & Lestari, D. (2023). Trust dan persepsi risiko dalam adopsi mobile banking di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(2), 189–203.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Latan, H. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0* (Edisi ke-3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Hariguna, T., Berlilana, & Nugroho, S. (2021). Understanding customer satisfaction in digital banking services: The role of trust and service quality. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 407–418.

Mustafa, Z., & Sudiro, A. (2022). Customer citizenship behavior pada layanan digital: Peran kepuasan dan kepercayaan pelanggan. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 15(3), 312–325.

Natarajan, T., Balasubramanian, S. A., & Kasilingam, D. L. (2024). Customer citizenship behavior in digital service platforms: The mediating role of satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76, 103608. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103608

Safari, M., Rahman, F., & Hidayat, R. (2024). E-service quality dan kepuasan pengguna mobile banking di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 29(1), 55–68.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tedjokusumo, B., & Murhadi, W. R. (2023). Analisis kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan nasabah perbankan digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 101–115.

Utomo, P., & Hidayat, A. (2023). Transformasi digital perbankan daerah dan perilaku nasabah mobile banking. *Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 20(3), 233–247.

Yolanda, S., & Handayan, D. (2024). Satisfaction sebagai determinan customer citizenship behavior pada layanan berbasis aplikasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(1), 14–27.