

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE PENGGUNA APLIKASI
BRIMO
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas
Muhammadiyah Bengkulu)**



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**SAUCI RAHMADEA PUTRI
NPM. 2161201070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE PENGGUNA APLIKASI
BRIMO**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah
Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh :

SAUCI RAHMADEA PUTRI

NPM. 2161201070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP
CUSTOMER EXPERIENCE PENGGUNA APLIKASI
BRIMO**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah
Bengkulu)**



Disetujui Oleh :

Pembimbing

Reni Indriani, SE., MM
NIDN.0222018102



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Furgonti Ramidiah, SE., MM
NIDN.02080473

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN
***ARTIFICIAL INTELLIGENCE* TERHADAP**
***CUSTOMER EXPERIENCE* PENGGUNA APLIKASI**
BRIMO
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah
Bengkulu)

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Kamis
Tanggal : 13 Maret 2025

SKRIPSI

Oleh :

SAUCI RAHMADEA PUTRI
NPM. 2161201070

Dewan Penguji :

- | | | |
|----|-------------------------|---------|
| 1. | Ratnawili, S.E.,M.M | Ketua |
| 2. | Andi Azhar, Ph D., CDMP | Anggota |
| 3. | Reni Indriani, S.E.,M.M | Anggota |

.....
.....
.....

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Furqonti Ranidiah, S.E.,M.M
NIDN.02080473.0



SERTIFIKASI

Saya Sauci Rahmadea Putri menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah karya saya sendiri dan atas bimbingan Dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Atau Program Studi Lainnya. Karena ini milik saya sendiri, maka segala yang berhubungan dengan skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, Januari 2025
Yang membuat pernyataan



Sauci Rahmadea Putri
NPM. 2161201070

MOTTO

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkanlah setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)

“Bahkan Ketika orang lain lebih dulu mendapatkan apa yang kamu inginkan, senyummu turut merekah, tak apa nanti ada giliranku (katamu). Sekali lagi, Allah tidak akan mempercepat atau memperlambat apapun yang baik untukmu”

“ Dan bersabrlah Kamu. Sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(QS.Ar-Ruum:60)

“Kalau langkah kaki semut saja Allah Dengar, lalu Bagaimana Dengan Doa yang selalu kita ulang ?Allah tidak akan Menyalahi Janjinya”

(QS.Ar-Ruum: 6)

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur dihaturkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dipersembahkan kepada:

- ❖ Terimakasih Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan berkah yang sangat-sangat luar biasa ini kepadaku.
- ❖ Untuk kedua orang tua tercinta Bapak Wawan Suryadi dan Ibuku Tersayang Desti Marlina yang telah banyak mendo'akan dan berkorban untuk mengharapkan keberhasilanku hingga tak terhitung berapa banyak keringat yang terkucur, berapa tetes air mata yang mengalir, dan berapa banyak biaya yang telah kalian keluarkan untuk memenuhi kebutuhan selama menempuh pendidikan ini hingga selesai. Terimakasih telah melimpahkan kasih dan sayang yang tak terhingga, tanpa ridho dan do'a kalian mungkin aku tidak akan bisa melangkah sejauh ini. I love you Endless
- ❖ Untuk adikku Diona Aprizoni serta keluarga besar dari ibu dan bapak ku yang telah banyak membantu menyemangati dan mendo'akan selama perkuliahan ini, terimakasih banyak, karena kalian telah memberikan support dan nasehat, aku sayang kalian semuanya.
- ❖ Untuk dosen pembimbing skripsiku Ibu Reni Indirani S.E., M.M. Terimakasih banyak atas waktu yang telah ibu luangkan dan ketulusan ibu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama ini bu, ibu telah banyak membantu proses menyelesaikan skripsi saya

- ❖ Teman-teman seperjuangan program studi manajemen terkhususnya angkatan 2021
- ❖ Semua orang yang telah terlibat dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa di sebut satu. Saya ucapkan terimakasih banyak, tanpa bantuan dan dorongan dari kalian mungkin skripsi ini tidak akan berjalan dengan semestinya.
- ❖ Agama, Bangsa dan Almamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Bengkulu
- ❖ Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras berjuang dan tetap kuat hingga sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat dan karunia yang tak terhingga jumlahnya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh *E-Service Quality* dan *Artificial Intelligence* Terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRIMo” tepat pada waktunya. Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan terbaik bagi umatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dari Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah memberikan bantuan yang signifikan selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, di antaranya :

1. Bapak Dr. Susiyanto, M.Si, yang bertugas sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, S.E.M., selaku Ketua Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Ibu Reni Indriani, S.E.,M.M., dosen pembimbing, yang telah menghabiskan banyak waktu untuk membantu dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua dosen dan karyawan (Staf) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang telah memberikan pelajaran kepada kami saat kami masih menjadi mahasiswa.
6. Semua mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu yang terlibat dalam penelitian ini
7. Semua teman-teman prodi Manajemen Angkatan 2021 yang selalu mendukung dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi yang signifikan selama menempuh pendidikan.

Penulis hanyalah manusia biasa, yang tak luput dari sebuah kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat untuk menjadi pelajaran bagi diri sendiri maupun penulis di masa yang akan datang. Terimakasih

Bengkulu, 14 Desember 2024

Sauci Rahmadea Putri
NPM .2161201070

ABSTRAK

SAUCI RAHNMADEA PUTRI, 2025. Pengaruh *E-Service Quality* Dan *Artificial Intelligence* Terhadap *Customer Experience* Pengguna Aplikasi BRIMO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu).

Pembimbing : Reni Indriani, SE.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-Service Quality* dan *Artificial Intelligence* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRIMO di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Dengan perkembangan teknologi informasi, aplikasi mobile banking seperti BRIMO mengalami peningkatan penggunaan, namun masih banyak pengguna yang menghadapi masalah dalam pengalaman mereka.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Experience*, dengan nilai t-hitung sebesar 9,172 dan signifikansi 0,000. Selain itu, *Artificial Intelligence* juga berpengaruh signifikan dengan t-hitung 4,747 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel ini memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap *Customer Experience*, dengan nilai F-hitung 308,434 dan signifikansi 0,000.

Kata Kunci : *E-Service Quality, Artificial Intelligence, Customer Experience*

ABSTRACT

Sauci Rahmadea Putri, 2025. The Effect of E-Service Quality and Artificial Intelligence on Customer Experience of BRImo Application Users (A Case Study on Students of Muhammadiyah University of Bengkulu). Thesis: Management Study Program. Economics and Business Faculty. Muhammadiyah University of Bengkulu.

Supervisor: Reni Indriani, S.E., M.M.

The development of information technology, mobile banking applications such as BRImo have experienced an increase in use, but there are still many users who face problems in their experience. This study aims to determine the effect of e-service quality and artificial intelligence on customer experience of BRImo application users among students of Muhammadiyah University of Bengkulu. This study used quantitative research method with data collection through a questionnaire that distributed to 150 respondents. The data analysis was carried out by using multiple linear regression to determine the influence of each variable. The research results show that e-service quality has a significant effect on customer experience with a t-count value of 9.172 and a significance of 0.000. In addition, artificial intelligence also had a significant effect with a t-count of 4.747 and a significance of 0.000. Simultaneously, these two variables have a significant positive effect on customer experience with an F-count value of 308.434 and a significance of 0.000.

Keywords: *E-Service Quality, Artificial Intelligence, and Customer Experience.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAM PENGESAHAN	iv
SERTIFIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Konseptual	8
2.2 <i>Customer Experience</i>	8
2.2.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	8
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	10
2.2.3 Dimensi <i>Customer Experience</i>	13
2.2.4 Indikator <i>Customer Experience</i>	15
2.3 <i>Artificial Intelligence</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Artificial Intelligence</i>	17
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Artificial Intelligence</i>	19
2.3.3 Dimensi Yang Mempengaruhi <i>Artificial Intelligence</i>	22
2.3.4 Indikator <i>Artificial Intelligence</i>	23

2.4	<i>E-Service Quality</i>	26
2.4.1	Pengertian <i>E-Service Quality</i>	26
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>E-Service Quality</i>	27
2.4.3	Dimensi <i>E-Service Quality</i>	30
2.4.4	Indikator <i>E-Service Quality</i>	33
2.5	Pengaruh Antar Variabel.....	38
2.6	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	41
2.7	Kerangka konseptual	46
2.8	Definisi Operasional.....	46
2.9	Hipotesis	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tempat dan Waktu penelitian	49
3.2	Metode Penelitian.....	49
3.3	Populasi dan Sampel	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5	Instrumen Penelitian.....	52
3.6	Uji Asumsi Klasik	56
3.7	Teknik Analisis Data.....	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	63
4.1.1	Sejarah Aplikasi BRI Mobile (BRImo)	63
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
4.1.3	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	67
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	75
4.1.5	Analisis Regresi Ganda.....	79
4.1.6	Uji Hipotesis	81
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.2.1	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Experience.....	83
4.2.2	Pengaruh Artificial Intelligence Terhadap Customer Experience.....	84
4.2.3	Pengaruh E-Service Quality Dan Artificial Intelligence Terhadap Customer Experience	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	41
Tabel 2.2 Definisi Operasional	47
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	53
Tabel 3.2 Hasil Uji coba Validitas	54
Tabel 3.3 Hasil Uji coba Reabilitas.....	55
Tabel 3.4 Skala Interval	58
Tabel 4.1 Responden Terhadap Janis Kelamin	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Program Studi.....	65
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Aplikasi BRImo	66
Tabel 4.4 Penilaian Tanggapan Responden	68
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>E-Service Quality</i>	68
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Artificia Intelligence</i>	71
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Experience</i>	73
Tabel 4.8 Uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.13 Uji t	82
Tabel 4.14 Uji F	83

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	46
Gambar 4.1 Grafik Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Uji Coba Kuesioner

Lampiran 3. Output Uji Coba Validitas

Lampiran 4. Output Uji Coba Reabilitas

Lampiran 5. Analisis Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Lampiran 6. Distribusi Tabel R

Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 8. Distribusi tanggapan Responden

Lampiran 9. Output Uji Validitas Data Penelitian

Lampiran10. Output Uji Reabilitas Data Penelitian

Lampiran 11. Asumsi Klasik

Lampiran 12. Analisis Regresi Berganda

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak yang luas di berbagai sektor, terutama sektor perbankan. Aplikasi mobile banking menjadi pilihan utama memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Meskipun banyak konsumen beralih dari layanan manual ke layanan digital, masih terdapat banyak tantangan dalam segi kualitas pengalaman konsumen. Pengalaman yang kurang memuaskan dapat menghambat adopsi teknologi secara luas. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana pengalaman konsumen dapat ditingkatkan melalui aplikasi mobile banking.

Customer experience (pengalaman pengguna) merupakan salah satu kunci dalam menentukan keberhasilan aplikasi mobile banking. Menurut (Mariati Tirta Wiyata et al., 2020) *Customer experience* (pengalaman pelanggan) mencakup setiap interaksi yang terjadi antara pengguna dan aplikasi, mulai dari proses pendaftaran hingga transaksi dan layanan purna jual. Pengalaman positif dapat meningkatkan loyalitas pengguna, sedangkan pengalaman negatif dapat menyebabkan ketidakpuasan yang serius (Raza et al., 2020). Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Aplikasi BRImo, yang dimiliki oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu aplikasi *mobile banking* yang menawarkan berbagai kemudahan, termasuk transaksi keuangan yang cepat dan akseibilitas yang

tinggi. Pengguna sering kali menghadapi berbagai masalah terkait dengan kualitas layanan, seperti kesulitan login dan keterlambatan respon dari layanan pelanggan. Masalah-masalah ini menunjukkan meskipun teknologi telah berkembang, masih banyak hal hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna di aplikasi BRImo.

Kualitas layanan yang baik sangat penting untuk menciptakan customer experience yang positif (Arviollisa et al.,2021). Dalam konteks aplikasi BRImo, keluhan mengenai kualitas layanan sering kali muncul. Pengguna melaporkan kesulitan dalam mengakses aplikasi, termasuk masalah teknis saat login. Keterlambatan dalam mendapatkan bantuan dari layanan pelanggan juga menjadi sorotan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi perlu melakukan perbaikan dalam hal responsivitas dan keandalan layanan untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi *customer experience* (pengalaman pelanggan) salah satunya *E-service quality*, atau kualitas layanan elektronik, merupakan faktor penting yang mempengaruhi *customer experience*. Dimensi-dimensi seperti keandalan, responsivitas, dan kemudahan penggunaan harus diperhatikan untuk memberikan pengalaman yang positif kepada pengguna. Menurut (Ramli et al., 2024) Kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna dan mendorong penggunaan berulang. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada bagaimana *e-service quality* berkontribusi terhadap pengalaman pengguna aplikasi BRImo.

Artificial Intelligence (AI) juga memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas layanan di aplikasi mobile banking. *Artificial intelligence* (AI) memungkinkan aplikasi untuk memberikan layanan yang lebih personal dan responsif (Zikry, Arief, et al.,2024). Dengan memanfaatkan data pengguna, *artificial intelligence* (AI) dapat membantu aplikasi dalam memprediksi kebutuhan pengguna dan menawarkan solusi yang sesuai. Namun, tantangan dalam implementasi teknologi ini masih perlu diatasi untuk memastikan efektivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana *artificial intelligence* (AI) dapat meningkatkan *customer experience* pada aplikasi BRImo.

Berdasarkan fenomena yang ada, terdapat beberapa masalah utama yang sering kali dihadapi pengguna aplikasi BRImo. Banyak pengguna mengeluhkan kualitas layanan yang kurang memadai, seperti kesulitan saat melakukan login dan respon layanan yang lambat. Selain itu, kurangnya personalisasi dalam layanan juga menjadi sorotan. Identifikasi masalah ini menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan eksplorasi mengenai pengaruh *e-service quality* dan *artificial intelligence* (AI) terhadap *customer experience*. Penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

Pengalaman negatif yang dialami pengguna dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap reputasi aplikasi. Menurut Raza et al.(2020) Ketidakpuasan pengguna sering kali mengarah pada penurunan loyalitas dan penggunaan berulang. Pengalaman buruk, seperti kesulitan teknis dan

kurangnya respons, dapat membuat pengguna beralih ke aplikasi lain yang lebih baik. Oleh karena itu, penting bagi pengembang aplikasi untuk memperhatikan feedback pengguna dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Personalisasi layanan merupakan salah satu aspek yang dapat meningkatkan *customer experience*. (History et al., 2024) mengatakan bahwa Dengan memanfaatkan data pengguna, aplikasi dapat menawarkan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi individu, Pengguna yang merasa dilayani secara personal cenderung lebih puas dan loyal. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana penerapan AI dapat membantu dalam personalisasi layanan pada aplikasi BRImo.

Penelitian ini akan mengeksplorasi keterkaitan antara *e-service quality*, *artificial intelligence*, dan *customer experience*. Dengan menganalisis bagaimana kedua variabel tersebut berkontribusi terhadap pengalaman pengguna, diharapkan dapat ditemukan hubungan yang signifikan. Pemahaman yang lebih baik mengenai keterkaitan ini akan memberikan wawasan yang berguna bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kristhiofan and Fadli, 2023) yang meneliti tentang pengaruh *e-service quality*, *e-trust* dan *artificial intelligence* terhadap *nasabah experience* pengguna aplikasi BRIMO. berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengembangkan kembali hasil penelitian tersebut,

dengan judul : **Pengaruh *E-service Quality* dan *Artificial Intelligence* Terhadap *Customer Experience* Pengguna Aplikasi Brimo (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti mendapati masalah sebagai berikut:

1. Keluhan terhadap personalisasi dan kemampuan dalam menangani masalah .
2. Permasalahan mengenai kualitas layanan, pengguna mengeluhkan terkait kesulitan saat melakukan login bahkan ada yang sampai diblokir akibat dari kesulitan tersebut.
3. Permasalahan dalam konteks kecerdasan buatan, pelanggan mengeluhkan mengenai kecepatan respon layanan yang masih terbilang lelet dalam memberikan layanan sehingga pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan .

1.3 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak terjadi penyimpangan dari apa yang menjadi tujuan dalam penelitian, maka dengan ini peneliti membatasi penelitian tiga variabel yaitu “ *E- Service Quality* (X1), *Artificial Intelligence* (X2), dan *Customer Experience* (Y) pada pengguna aplikasi BRImo (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu)”.

1.4 Rumusan Masalah

Melihat dari uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah yang akan di bahas pada penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?
2. Apakah ada pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?
3. Apakah ada pengaruh *E-Service Quality* dan *Artificial Intelligence* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah di atas maka, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?
2. Untuk mengetahui pengaruh *Artificial Intelligence* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?

3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *Artificial Intelligence* terhadap *Customer Experience* pengguna aplikasi BRImo (Studi kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu) ?

1.6 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut :

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mendukung teori pengaruh antara *E-Service Quality*, dan *Artificial Intelligence* Terhadap *Customer Experience*.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan melatih kemampuan untuk menyusun penelitian sebagai tugas akhir
2. Manfaat bagi Bank, dapat membantu perusahaan dan menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk memajukan perusahaan.
3. Manfaat bagi pihak lain, dapat digunakan sebagai bahan menjadi referensi tambahan informasi bagi peneliti lanjutan.

