

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI
MADIUN DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE DENGAN
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI



Oleh:

Rismawati Putri

NIM 402200195

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

2024

ABSTRAK

Putri, Rismawati. Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. Skripsi. 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Maulida Nurhidayati, M. Si.

Kata Kunci : Kemudahan, Keamanan, Citra Perusahaan, Loyalitas, Kepuasan

Mobile Banking Bank Syariah Indonesia atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *BSI Mobile*, adalah aplikasi *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia, yang dapat digunakan untuk segala jenis transaksi non tunai. Di dalam layanan *BSI mobile* fitur yang diberikan tidak jauh berbeda dengan fitur yang ditawarkan oleh bank konvensional. Namun yang membedakannya adalah adanya fitur zakat online, juz amma dan asmaul husna, penunjuk masjid terdekat bahkan pengingat jadwal sholat. Penelitian ini dimaksudkan karena terdapat permasalahan yang muncul dan berkaitan dengan loyalitas nasabah. Belum lama ini, tepatnya pada paruh tahun 2023 Bank Syariah Indonesia mengalami serangan hacker oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga mengakibatkan *BSI Mobile* tidak dapat diakses.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan, keamanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam Menggunakan *BSI Mobile* dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam pengambilan datanya dilakukan menggunakan bantuan kuesioner dengan teknik sampling insidental sebanyak 97 responden. Dalam melakukan pengolahan dan analisis data, langkah-langkah pengujiannya antara lain menggunakan uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji R^2 , uji hipotesis (uji t, uji F, uji sobel, analisis jalur).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan tidak mampu memediasi kemudahan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan tidak mampu memediasi keamanan terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan mampu memediasi citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Rismawati Putri	402200195	Perbankan Syariah	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

NIP. 198608082019032023

Ponorogo, 22 Maret 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Maulida Nurhidayati, M. Si.

NIP. 198910222018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

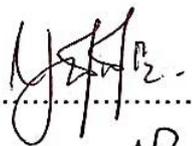
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

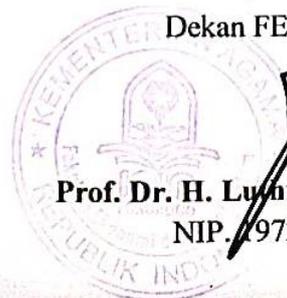
Judul : Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening
Nama : Rismawati Putri
NIM : 402200195
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelas sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang : 
Faruq Ahmad Futaqi, S.E., M.E. (.....)
NIP. 198311262019031006
Penguji I : 
Yunaita Rahmawati, S.E., M.Si., Ak. (.....)
NIP. 198406042019030212
Penguji II : 
Maulida Nurhidayati, M. Si. (.....)
NIP. 198910222018012001

Ponorogo, 18 April 2024
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rismawati Putri
NIM : 402200195
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui **ethesis.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 9 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Rismawati Putri

NIM 402200195

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rismawati Putri
NIM : 402200195
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI MADIUN DALAM
MENGUNAKAN BSI MOBILE DENGAN KEPUASAN NASABAH
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 21 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



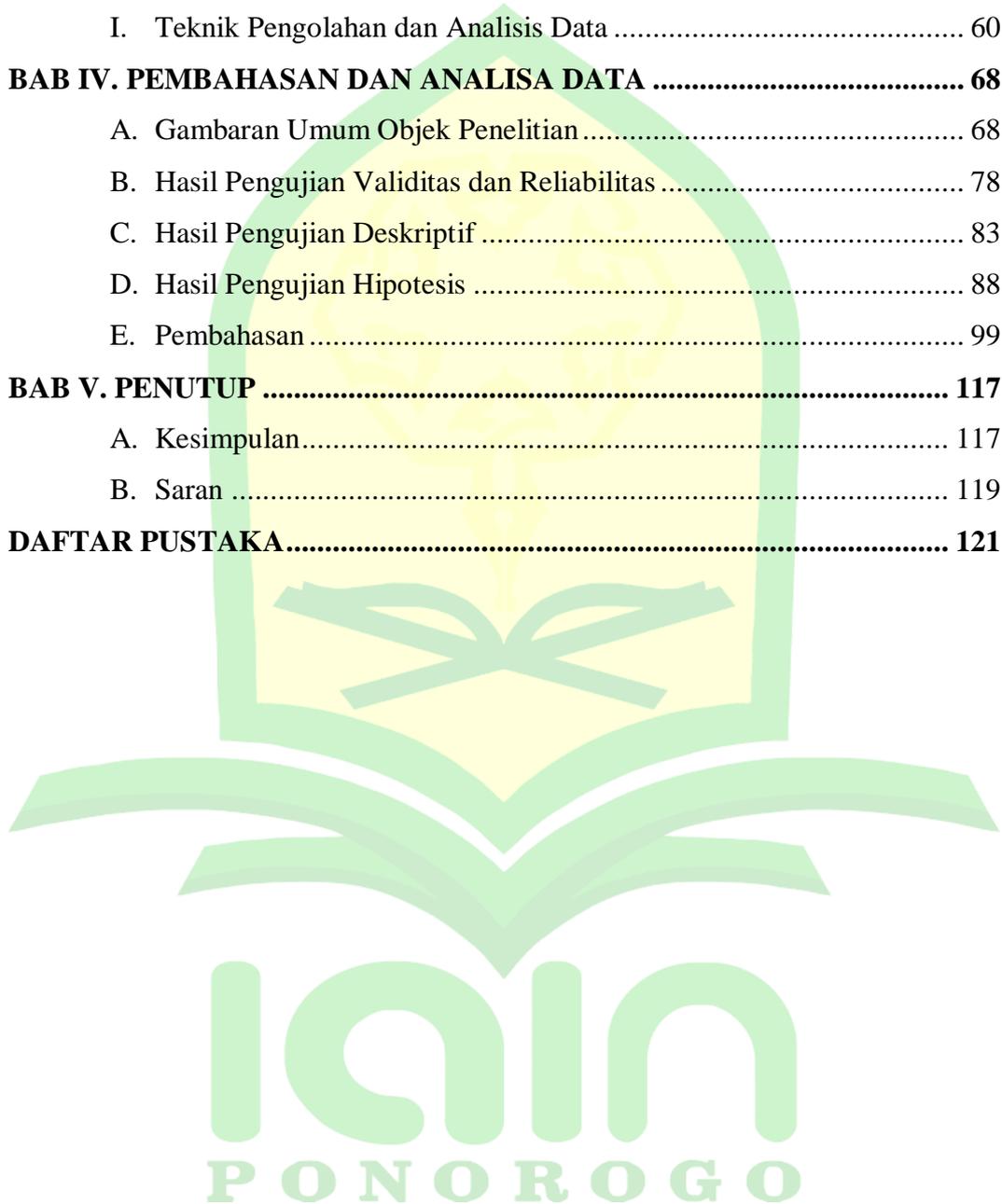
Rismawati Putri

NIM 402200195

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penelitian	13
BAB. II LANDASAN TEORI	16
A. Deskripsi Teori	16
1. Loyalitas Nasabah	16
2. Kepuasan Nasabah	20
3. Kemudahan	23
4. Keamanan	26
5. Citra Perusahaan	28
B. Studi Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berpikir.....	42
D. Hipotesis.....	43
BAB III. METODE PENELITIAN	51
A. Rancangan Penelitian	51
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
C. Lokasi dan Periode Penelitian	55
D. Populasi dan Sampel	55

E. Jenis dan Sumber Data	57
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Instrumen Penelitian	58
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	59
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	60
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	68
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
B. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	78
C. Hasil Pengujian Deskriptif	83
D. Hasil Pengujian Hipotesis	88
E. Pembahasan	99
BAB V. PENUTUP	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA.....	121



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu	31
--	----

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	53
Tabel 3.2 Skala Likert.....	58
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Validitas Isi Dengan Uji Aiken's V.....	79
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kemudahan	80
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Keamanan	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.8 Data Nasabah Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.9 Data Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4.10 Data Nasabah Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan	85
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Keamanan	85
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Citra Perusahaan.....	86
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Nasabah	86
Tabel 4.15 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Nasabah ...	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	88
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas	89
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 1	90
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 2	91
Tabel 4.22 Hasil Uji t Persamaan 1	93
Tabel 4.23 Hasil Uji t Persamaan 2	94
Tabel 4.24 Hasil Uji F Persamaan 1	95
Tabel 4.25 Hasil Uji F Persamaan 2	96
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1	96
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2	97
Tabel 4.28 Hasil Analisis Jalur.....	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
------------------------------------	----

Gambar 3.1 Uji Sobel 67
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Kartoharjo Madiun 70



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belakangan ini, dunia mengalami perkembangan yang sangat pesat terlebih pada bidang teknologinya. Hal ini tentunya menjadi kabar yang sangat dinantikan, karena diharapkan mampu mendukung adanya kemajuan pada setiap aspek kehidupan. Adapun tujuan dari pengembangan teknologi adalah untuk menciptakan suatu inovasi, fitur atau bahkan program sesuai yang diharapkan dengan lebih mudah, cepat, aman, efektif dan juga efisien sehingga akan sangat membantu bagi kehidupan manusia sehari-harinya. Selain itu, perkembangan teknologi juga mengalami perkembangan pada sektor keuangan yaitu perbankan. Satu bukti dari evolusi teknologi di sektor perbankan adalah dengan adanya pelayanan *mobile banking*.¹ *Mobile Banking* sendiri adalah bagian dari layanan keuangan yang memberikan kemudahan kepada para nasabahnya untuk dapat melakukan transaksi non tunai dimanapun dan kapanpun hanya dengan menggunakan ponsel/*handphone*.²

Mobile Banking Bank Syariah Indonesia atau yang lebih sering disebut dengan sebutan *BSI Mobile*, merupakan platform perbankan berbasis seluler dari Bank Syariah Indonesia, yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai macam

¹ Sevenlight, "Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak," *Bdkjarkarta.Kemenag.Go.Id* (Blog), Accessed June 23, 2023, <https://Bdkjarkarta.Kemenag.Go.Id/Berita/Pengaruh-Kemajuan-Teknologi-Komunikasi-Dan-Informasi-Terhadap-Karakter-Anak>.

² Carlos Flavián, Raquel Gurrea, And Carlos Orús, "Combining Channels To Make Smart Purchases: The Role Of Webrooming And Showrooming," *Journal Of Retailing And Consumer Services* 52 (January 2020): 101923, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101923>.

transaksi non tunai. Di dalam layanan BSI *mobile* fitur yang diberikan tidak jauh berbeda dengan fitur yang ditawarkan oleh bank konvensional. Namun yang membedakannya adalah adanya fitur zakat online, juz amma dan asmaul husna, penunjuk masjid terdekat bahkan pengingat jadwal sholat. Dengan adanya berbagai fitur tersebut, tentunya memberikan kemudahan dan membantu setiap nasabah dalam menjalankan kewajibannya sebagai seorang muslim.³

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kartoharjo Madiun adalah satu dari cabang dari Bank Syariah Indonesia yang berada di Madiun tepatnya di Jl. Auri Blok A/1A, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Studi pada Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia ini dimaksudkan karena terdapat permasalahan yang muncul dan berkaitan dengan loyalitas nasabah. Belum lama ini, tepatnya pada paruh tahun 2023 Bank Syariah Indonesia mengalami serangan *hacker* oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga mengakibatkan BSI Mobile tidak dapat diakses. Dilansir dari laman CNN Indonesia, pakar forensik Alfons Tanujaya dari Vaksincom secara resmi menyatakan bahwa terdapat kabar tentang ancaman serangan ransomware terhadap Bank Syariah Indonesia. Ransomware sendiri merupakan jenis serangan dengan mengancam akan meminta pembayaran uang tebusan dengan ancaman akan mengungkapkan data pribadi korban atau menghentikan akses secara permanen.⁴ Berdasarkan hasil dialog yang sudah dilakukan dengan satu

³ "Mobile Banking Bank Syariah Indonesia," Bank Syariah Indonesia Mobile, November 29, 2022, <https://bsimobile.co.id/>.

⁴ C. N. N. Indonesia, "Kronologi Dugaan Serangan Siber Terhadap BSI, Transaksi Sempat Lumpuh," teknologi, accessed November 25, 2023, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230511084123-192-948087/kronologi-dugaan-serangan-siber-terhadap-bsi-transaksi-sempt-lumpuh>.

individu teller yang bekerja di BSI KCP Kartoharjo Madiun, beliau menjelaskan bahwa sejauh ini tidak ada nasabah yang menutup rekeningnya dan menarik seluruh asetnya. Memang ada sebagian yang menutup rekeningnya, namun mereka mengalihkan asetnya ke produk perbankan yang lain seperti deposito maupun tabungan haji.⁵ Berdasarkan wawancara yang sudah dijalankan penulis dengan seseorang nasabah BSI yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile* yaitu saudari Umma Syariatul Jannah, beliau menggunakan layanan BSI *mobile* dikarenakan terdapat transaksi yang mengharuskan untuk menggunakan bank BSI. Beliau menggunakannya untuk membayar biaya registrasi pendaftaran perkara di Pengadilan Agama, yang mana pada saat itu setiap tagihan dibayarkan melalui BSI. Selain itu, beliau berpendapat menggunakan BSI *mobile* dirasa lebih mudah, murah dan juga lebih efisien waktu bila dibandingkan harus menggunakan teller. Selama menggunakan layanan BSI *mobile*, beliau juga sempat mengalami beberapa kendala seperti uang tertahan sampai satu minggu tidak dapat digunakan dan pemberitahuan untuk mengganti *password* dikarenakan BSI mengalami peretasan (*hack*) oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.⁶

Menurut Griffin, loyalitas pelanggan lebih menitikberatkan perilaku daripada sikap. Beliau menegaskan bahwa ketika seorang para konsumen yang setia akan menunjukkan pola pembelian yang konsisten dari waktu ke waktu serta biasanya mereka akan cenderung mempunyai *wish list* terutama terkait

⁵ Devy Krisma, Wawancara, November 2023.

⁶ Umma Syariatul Jannah, Wawancara, 18 Mei 2023.

dengan apa yang akan mereka beli serta dari pihak mana mereka akan membelinya. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai perilaku pelanggan tetap yang berperilaku loyal terhadap barang atau jasa suatu bisnis tertentu tanpa mengubah pola pembelian mereka untuk memilih bisnis pesaing.⁷

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya sangat penting untuk pertumbuhan jangka panjangnya. Oleh sebab itu, untuk mencapai rencana bisnisnya dan membangun loyalitas pelanggan yang tinggi, perusahaan harus memahami elemen-elemen yang dapat mempengaruhi dan elemen-elemen yang paling kuat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Marconi mencantumkan enam variabel nilai (harga dan kualitas), kenyamanan dan kemudahan, citra perusahaan, kepuasan, kualitas layanan, serta garansi dan jaminan merek sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas.⁸

Kemudahan berasal dari kata mudah yang berarti mudah, gampang, atau tidak sulit. Kemudahan sendiri merupakan sesuatu hal yang dapat memudahkan ataupun memperlancar jalannya suatu usaha.⁹ Hasil wawancara dengan Umma, beliau mengatakan bahwa dengan adanya BSI *Mobile* dapat memudahkan beliau untuk melakukan transaksi pembayaran *E-Court* (layanan pendaftaran perkara

⁷ Griffin, "Customer Loyalty Edisi Revisi", Erlangga, (2005),

⁸ Joe Marconi, *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, and Extending the Value of Your Brand* (Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 2000).

⁹ "Kemudahan," In *Wiktionary Bahasa Indonesia*, May 1, 2017, <https://id.wiktionary.org/w/index.php?title=Kemudahan&oldid=864261>.

online). Walaupun seringkali terkendala, namun beliau tidak menutup rekeningnya di BSI.¹⁰ Hal ini membuktikan bahwa kenyamanan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kesetiaan pelanggan dan didukung berdasarkan studi yang dijalankan oleh Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea yang mengatakan di dalam penelitiannya bahwa kenyamanan tidak memiliki dampak positif yang signifikan pada loyalitas pelanggan.¹¹ Sedangkan menurut Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus, kemudahan berdampak positif secara signifikan pada loyalitas konsumen.¹² Berdasarkan studi yang sudah dijalankan selama menjalani observasi, kemudahan dalam menggunakan BSI *Mobile* hanya dirasakan oleh nasabah yang melek akan teknologi seperti anak muda. Sedangkan untuk nasabah yang sudah berusia lanjut dan tidak paham akan teknologi cenderung akan menggunakan layanan *costumer service* di bank.¹³

Faktor kedua setelah kemudahan adalah keamanan. Aman dari bahaya adalah keadaan aman. Frasa ini dapat digunakan dalam kaitannya dengan segala jenis kecelakaan, aktivitas kriminal, dll. Istilah "keamanan" mencakup berbagai topik, seperti melindungi negara dari serangan teroris, melindungi komputer dari peretas, melindungi rumah dari pencuri, dan lain-lain. penjajah, melindungi keuangan dari keruntuhan ekonomi, dan banyak skenario terkait keamanan

¹⁰ Umma Syariatul Jannah, Wawancara.

¹¹ Siti Munfaqiroh And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32, <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.578>.

¹² Melsi Diana Lubis And David Humala Sitorus, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5, No. 2 (December 31, 2023): 209–18, <https://doi.org/10.30812/Target.V5i2.3021>.

¹³ Devy Krisma, Observasi, Oktober 2023.

lainnya.¹⁴ Menurut Ro Esta, BSI *Mobile* sebenarnya sudah memiliki sistem keamanan yang cukup bagus dengandilengkapi sistem keamanan ganda yaitu kata sandi dan pin sehingga dapat meminimalisir terjadinya kebocoran data ataupun sejenisnya. Namun karena adanya peretasan yang sempat terjadi pada BSI menyebabkan BSI *Mobile* menjadi error dan tidak dapat digunakan selama beberapa hari.¹⁵ Dapat dikatakan bahwa keamanan memiliki peran yang cukup penting terhadap loyalitas nasabah yang didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus yang mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.¹⁶ Sedangkan menurut studi yang sudah dijalankan oleh Jasmiko Hendri yang mengindikasikan bahwa Keamanan tidak memiliki dampak yang berarti pada terhadap kesetiaan pelanggan.¹⁷ Menurut penelitian yang sudah dilakukan selama menjalani observasi, faktor keamanan di BSI juga sangat diperhatikan, misalnya dalam penggunaan BSI *Mobile* yang menggunakan sistem keamanan ganda yaitu kata sandi dan juga pin. Selain itu, juga dapat menggunakan pindai sidik jari yang bisa digunakan pada setiap *handphone* yang didukung oleh pindai sidik jari.¹⁸

Faktor ketiga setelah kemudahan dan keamanan yaitu citra perusahaan. Citra perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan

¹⁴ “Keamanan,” In *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, October 7, 2022, <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Keamanan&oldid=21760273>.

¹⁵ Ro Esta Wintari, Wawancara, Mei 2023.

¹⁶ Lubis and Sitorus, “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen.”

¹⁷ Jasmiko Hendri, “Pengaruh Keamanan, Resiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking,” 2020.

¹⁸ Krisma, Observasi.

nasabah yang didukung hasil penelitian Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus dan Nurdasila Darsono yang menjelaskan bahwa citra perusahaan mempengaruhi dengan signifikan dan positif pada kesetiaan nasabah.¹⁹ Namun, menurut studi yang dijalankan oleh Rina Purnama dan Asmi Ayuning Hidayah menyimpulkan bahwa persepsi tentang perusahaan tidak memiliki dampak pada tingkat kesetiaan pelanggan.²⁰ Dari hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, saudara Umma berpendapat bahwa citra perusahaan cukup mempengaruhinya untuk mempercayakan keuangannya dikelola oleh BSI. Menurutnya, BSI memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik dan memuaskan serta sangat komunikatif dan responsive dalam menjelaskan kepada nasabah apabila terdapat kendala.²¹ *Corporate Image* atau citra perusahaan adalah cara di mana audiens menafsirkan identitas yang disajikan. Dengan kata lain, citra korporat suatu perusahaan mengacu pada bagaimana masyarakat, pelanggan, pemasok, dan pembeli memandangnya.²² Dalam hal ini citra dari Bank Syariah Indonesia sendiri adalah menggunakan prinsip syariah dalam sistem operasionalnya, sehingga hal itu yang akhirnya membuat nasabah akhirnya mempercayakan asetnya untuk disimpan dan dikelola oleh pihak BSI.

¹⁹ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" 8, No. 3 (2017).

²⁰ Rina Purnama And Asmi Ayuning Hidayah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Tirtayasa Ekonomika* 14, No. 2 (October 29, 2019): 187, <https://doi.org/10.35448/Jte.V14i2.6529>.

²¹ Umma Syariatul Jannah, Wawancara.

²² "Perbedaan Corporate Image Dengan Corporate Identity • Desain Logo Design Elegan Perusahaan," Akarapi Online Indonesia, Accessed June 6, 2023, <https://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/perbedaan-corporate-image-dengan-corporate-identity>.

Pada studi ini digunakan variabel intervening yaitu kepuasan nasabah. Variabel intervening adalah variabel yang keberadaannya menyebabkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat menjadi tidak langsung, artinya tidak dapat diukur atau diobservasi.²³ Kepuasan adalah respons emosional yang dirasakan oleh pelanggan saat mereka mengalami atau menggunakan atau mengonsumsi produk dan layanan.²⁴ Sejauh mana seseorang merasa puas terhadap suatu produk ditentukan dengan membandingkan kinerja dan hasil akhirnya dengan apa yang diharapkan klien.²⁵ Kepuasan nasabah terjadi jika hasil yang diterima oleh nasabah sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau bahkan melampauinya. Ekspektasi nasabah biasanya terbentuk dari pengalaman pribadi yang pernah dirasakannya, pendapat dari orang terdekat, serta informasi dan kualifikasi yang diberikan oleh instansi terkait. Nasabah yang merasa puas cenderung akan lebih loyal, kurang terpengaruh atas perubahan harga dan senantiasa memberikan ulasan yang positif.²⁶

Kepuasan nasabah merupakan elemen yang berkontribusi terhadap kesetiaan pelanggan yang didukung temuan studi Alan Andhika yang menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kepuasan nasabah berdampak secara positif pada kesetiaan nasabah itu sendiri yang mana nantinya akan menciptakan pelanggan yang loyal dan akan terus menggunakan BSI Mobile.²⁷

²³ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Halaman 70.

²⁴ Hendri Wijaya, Irfan Syauqi Beik, And Bagus Sartono, "Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Xyz Di Jakarta," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, September 25, 2017, 419.

²⁵ Philip Kotler And Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009).

²⁶ John C. Mowen And Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002).

²⁷ Alan Andhika, "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 12 (December 21, 2021): 6013, <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V6i12.5035>.

Di dalam penelitian ini, kepuasan nasabah berperan sebagai variabelintervening atau variabel yang akan memediasi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.²⁸ Menurut Retna Brata Purnaningsih bahwa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan mencakup lokasi dan fasilitas, suku bunga, insentif, citra merek, kenyamanan, layanan, pengetahuan produk, dan juga keamanan.²⁹

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui pentingnya loyalitas nasabah bagi sebuah instansi atau perusahaan seperti bank. Bank cenderung akan lebih memprioritaskan nasabah yang loyal daripada mencari nasabah baru. Loyalitas nasabah sangat penting untuk diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya BSI dikalangan masyarakat. Menurut Joe Marconi, terdapat 6 faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu nilai (harga dan kualitas), kenyamanan dan kemudahan, citra perusahaan, kepuasan, kualitas layanan, serta garansi dan jaminan merek.³⁰ Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji tentang kemudahan, keamanan, dan citra perusahaan karena ketiga variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas itu sendiri serta belum ada penelitian serupa yang meneliti pengaruh dari kemudahan, keamanan dan citra perusahaan secara bersama-sama. Selain itu, alasan dipilihnya kepuasan nasabah sebagai variabel intervening didasari bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 1st Ed. (Bandung: Alfabeta, 2019).

²⁹ Retna Brata Purnaningsih, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Di Pd. Bpr Bkk Jepara," n.d.

³⁰ Joe Marconi, *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, and Extending the Value of Your Brand* (Lincolnwood, IL: NTC Business Books, 2000).

loyalitas serta melihat dari adanya penelitian terdahulu yang menggunakan kepuasan nasabah untuk dijadikan sebagai variabel intervening. Peneliti memilih tempat penelitian di BSI Kantor Cabang Madiun dikarenakan salah satu bank syariah yang sudah menerapkan layanan BSI Mobile untuk para nasabahnya dan memiliki citra perusahaan yang baik dengan sosok pemimpin yang memiliki sikap teladan, tegas, religius, serta mampu membimbing dan mengarahkan karyawannya untuk senantiasa memberikan pelayanan prima.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?
2. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?
3. Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?
4. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?
5. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?
6. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*?

7. Apakah citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*?
8. Apakah kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kemudahan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*?
9. Apakah kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*?
10. Apakah kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan kemudahan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
2. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan keamanan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
3. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
4. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
5. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan kemudahan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

6. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan keamanan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
7. Melakukan uji dan analisis pengaruh signifikan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
8. Melakukan uji dan analisis pengaruh kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara kemudahan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
9. Melakukan uji dan analisis pengaruh kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.
10. Melakukan uji dan analisis pengaruh kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

D. Manfaat Penelitian

Adanya masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka keuntungan yang dapat diperoleh terkait dengan studi ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil dari studi ini di harapkan mampu memberikan manfaat bagi dunia perbankan di Indonesia terkait dengan kemudahan, keamanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan serta kesetiaan pelanggan serta sebagai sumber data bagi masyarakat terkait dengan kemudahan, keamanan, dan citra perusahaan terhadap Bank Syariah Indonesia

Kantor Cabang Madiun khususnya layanan *BSI Mobile*. bisa menjadi acuan bagi penyelesaian karya tulis ilmiah berikutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia khususnya Kantor Cabang Pembantu Madiun Kartoharjo dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah serta sebagai materi penilaian di masa depan.

b. Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan acuan evaluasi untuk menjadi bank syariah yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat digunakan untuk bahan literasi dalam menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat dijadikan rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat mengetahui isi penelitian ini, maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah,, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Pendahuluan merupakan hal penting yang harus tertulis dan tercantum di dalam skripsi. Hal ini karena penulisan pendahuluan adalah langkah awal yang baik untuk

membahas bagaimana skripsi tersebut hadir dan dapat diterima oleh masyarakat.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat teori yang relevan yang memuat pengertian, faktor, dan indikator mengenai loyalitas nasabah, kepuasan nasabah, kemudahan, keamanan, citra perusahaan, studi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis. Bab ini akan membantu peneliti untuk mendalami landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, mengkaji kelebihan dan kekurangan hasil penelitian terdahulu, menghindari adanya duplikasi penelitian dan menunjang dalam perumusan masalah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian, dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, teknik pengolahan dan analisis data. Bab ini akan memudahkan peneliti dalam membuat strategi, menetapkan proses dan teknik yang akan digunakan dalam upaya pengumpulan data dan melakukan analisis.

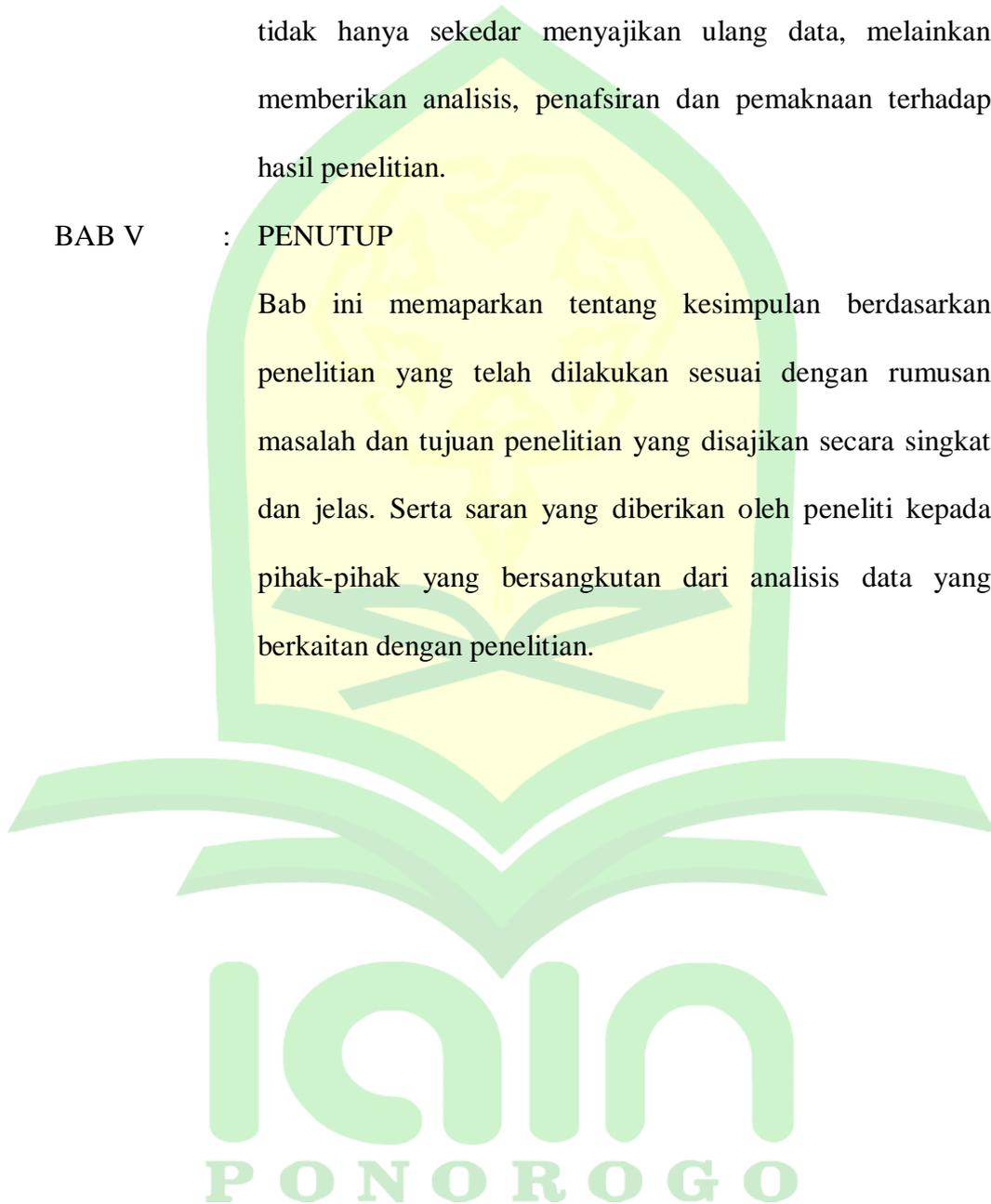
BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dengan klasifikasi bahasan disesuaikan dengan pendekatan, sifat penelitian, dan

rumusan masalah atau fokus penelitian, serta bagian dari pembahasan sub bahasan. Bab ini akan menyajikan gambaran yang lebih tajam terhadap data-data temuan, sehingga peneliti tidak hanya sekedar menyajikan ulang data, melainkan memberikan analisis, penafsiran dan pemaknaan terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Serta saran yang diberikan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang bersangkutan dari analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB II
LANDASAN TEORI
(LOYALITAS NASABAH, KEPUASAN NASABAH, KEMUDAHAN,
KEAMANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN)

A. Deskripsi Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Definisi Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan komitmen kuat untuk membeli kembali secara berulang-ulang dengan teratur produk ataupun jasa yang digunakan pada jangka waktu tertentu tanpa mengindahkan pengaruh yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku.¹ Loyalitas nasabah merupakan sebuah tindakan pelanggan yang melakukan pembelian berulang-ulang secara berkala dengan perilaku kesetiaan pada produk atau jasa yang berada di sebuah perusahaan tertentu tanpa menimbulkan perubahan perilaku konsumen untuk memilih perusahaan pesaing lainnya.²

Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang suatu perusahaan. Sehingga penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabahnya dan faktor apa yang paling

¹ Muhammad Adam, *Mamajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Aplikasi* (Alfabeta, 2018).

² Griffin, "*Customer Loyalty Edisi Revisi*", Erlangga, (2005),

dominan mempengaruhi loyalitas nasabahnya agar dapat mengupayakan strategi bisnisnya semaksimal mungkin untuk menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi.³

Jadi, loyalitas nasabah merupakan perilaku pembelian atau pemakaian produk/jasa secara berulang dalam kurun waktu yang cukup lama dengan didasari rasa suka dari dalam diri tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

b. Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Tjiptono, pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki empat karakteristik sebagai berikut:⁴

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur. Nasabah yang merasa puas terhadap suatu produk, biasanya akan terus membeli suatu produk tersebut berulang-ulang.
- 2) Membeli antar lini produk atau jasa. Nasabah yang loyal akan membeli produk lain yang terdapat di perusahaan. Hal itu dikarenakan nasabah telah menaruh kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, sehingga nasabah tidak segan/ tidak ragu untuk mencoba produk lain dari perusahaan tersebut.
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain. Nasabah yang loyal akan merekomendasikan produk yang digunakannya kepada orang lain.

Biasanya nasabah yang loyal dengan sukarela merekomendasikan

³ F. Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management And Marketing Public Relation* (Bandung: Alfabeta, 2007).

⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 2nd Ed. (Yogyakarta: Andy Offset, 2000).

produk tersebut kepada orang terdekatnya. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan tersebut, karena secara tidak langsung nasabah yang loyal tersebut telah membantu perusahaan dalam melakukan promosi.

- 4) Tidak mudah terpengaruh oleh pesaing dari produk sejenis lainnya. Nasabah yang loyal tidak akan berpaling kepada produk lain walaupun pesaing memberikan promosi yang menjanjikan kepada nasabah.

c. Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah

Menurut Marconi, ada 6 faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu:⁵

- 1) Nilai (harga dan kualitas), penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama akan mengarahkan pada loyalitas, karena itu pihak perusahaan harus bertanggungjawab untuk menjaga merek tersebut. Perlu diperhatikan, pengurangan standar kualitas dari suatu merek akan mengecewakan bahkan konsumen yang paling loyal sekalipun begitu juga dengan perubahan harga.
- 2) Citra (baik dari kepribadian yang dimilikinya dan reputasi dari merek tersebut), produk yang memiliki citra yang baik akan dapat menimbulkan loyalitas konsumen pada merek.

⁵ Joe Marconi, *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, And Extending The Value Of Your Brand* (Lincolnwood, Il: Ntc Business Books, 2000).

- 3) Kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan merek. Produk atau jasa yang memberikan akses kenyamanan dan kemudahan dalam memperoleh serta menggunakannya tentunya akan mendapat poin lebih dari para konsumen.
- 4) Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Saat konsumen sudah merasa puas dengan produk atau jasa tersebut, maka konsumen akan senantiasa menggunakan produk atau jasa tersebut dan enggan untuk mencoba-coba merek lain. Itu sebabnya, kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.
- 5) Kualitas pelayanan, dengan kualitas pelayanan yang baik yang ditawarkan oleh suatu merek dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.
- 6) Garansi dan jaminan yang diberikan oleh merek. Walaupun tidak semua orang akhirnya menggunakan jaminan dan garansi yang telah diberikan, namun faktanya hal tersebut justru akan menambah kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut.

2. Kepuasan Nasabah

a. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ditandai dengan perasaan senang dan kecewa yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan sendiri antara produk/jasa yang telah digunakan dengan ekspektasi di awal sebelum menggunakan produk/jasa tersebut. Menurut Mowen dan Minor, kepuasan nasabah adalah keseluruhan sikap yang diperlihatkan oleh

konsumen/ pelanggan/ nasabah atas produk dan jasa yang telah diperoleh dan telah dipergunakan.⁶

Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya. Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah dikenal banyak digunakan dalam berbagai bidang riset pelanggan (menggampang bahwa pelanggan dapat menilai kinerja karyawan, yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi).⁷

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Dikutip dari Hawkins dan Lonney dalam buku Tjipjono oleh Aspiani, indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:⁸

1) Minat

Kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan dapat menarik kembali minat seseorang dalam berkunjung.

2) Konfirmasi Harapan

Awal tentang produk atau jasa dan pembentukan persepsi tentang kinerja yang dipengaruhi oleh konfirmasi.

3) Kesesuaian

Kepuasan akan tercipta dengan kesesuaian antara harapan konsumen dan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

⁶ C. John Mowen And Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002).

⁷ Philip Kotler And Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009).

⁸ Aspiani, *Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online Di Kota Makassar* (Jurnal Universitas Negeri Makassar, 2018).

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Retna Brata Purnaningsih bahwa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain sebagai berikut:⁹

1) Lokasi dan fasilitas

Lokasi bank yang strategis serta mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum, hal ini tentunya memudahkan nasabah apabila akan melakukan transaksi.

2) Bunga

Bunga merupakan faktor penting dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah pada bank konvensional. Namun pada bank syariah sistem bunga tidak dipakai karena mengandung unsur riba. Oleh karena itu, pada bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.

3) Hadiah

Hampir semua bank saat ini menawarkan produk yang diikuti dengan adanya undian berhadiah. Bagi nasabah, selain menyimpan uang di bank, dan memperoleh bunga ataupun bagi hasil, ada peluang untuk memperoleh hadiah yang disediakan oleh bank. Hadiah yang menarik serta bentuk ungkapan terima kasih inilah yang menjadi alasan bagi nasabah untuk tetap menjadi nasabah di bank syariah tersebut.

⁹ Retna Brata Purnaningsih, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Di Pd. Bpr Bkk Jepara," N.D.

4) Citra perusahaan

Citra perusahaan adalah bagaimana masyarakat dalam hal ini pembeli, *supplier*, konsumen, atau masyarakat secara keseluruhan mempresepsikan bank tersebut.

5) Kemudahan

Apabila nasabah merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan, tidak menutup kemungkinan hal itu juga akan membuat nasabah tetap setia atau bertahan menjadi nasabah pada bank syariah tersebut.

6) Pelayanan

Semakin baik tingkat pelayanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan, maka akan bertambah pula tingkat kepuasan nasabah terhadap bank syariah.

7) Keterkenalan produk

Semakin mudah mengingat nama produk bank tersebut, maka akan semakin dikenal dan semakin memasyarakat produk bank tersebut dan bagi nasabah yang telah memilih produk bank tersebut akan merasa bangga karena produk bank yang telah dipilihnya banyak dikenal oleh masyarakat, yang tentunya hal ini merupakan kepuasan tersendiri bagi nasabah.

8) Keamanan

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya, nasabah mengharapkan apabila mempercayakan pada bank untuk mengelola

keuangannya maka data pribadinya akan aman dan tidak disalahgunakan.

d. Hubungan antara Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

Kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Apabila pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dirasa oleh nasabah memenuhi kriteria atau sesuai dengan ekspektasi mereka, maka nasabah tentunya akan merasa puas. Saat nasabah merasa puas, mereka akan menunjukkan sikap secara berulang-ulang menggunakan produk/jasa dari perusahaan tersebut. Sikap secara berulang-ulang inilah yang dinamakan dengan loyalitas nasabah.¹⁰

3. Kemudahan

a. Definisi Kemudahan

Kemudahan berasal dari kata mudah yang berarti mudah, gampang, atau tidak sulit. Kemudahan sendiri merupakan sesuatu hal yang dapat memudahkan ataupun memperlancar jalannya suatu usaha.¹¹

Kemudahan merupakan sebuah keyakinan dalam proses untuk mengambil keputusan. Jika seseorang merasa yakin dan percaya dalam mengambil sebuah keputusan, maka dia akan memilih untuk melakukannya. Dikutip dari jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan,

Kemudahan Transaksi dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah

¹⁰ Nora Pitri Nainggolan, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam" 6 (2018).

¹¹ "Kemudahan," In *Wiktionary Bahasa Indonesia*, May 1, 2017, <https://id.wiktionary.org/w/index.php?title=Kemudahan&oldid=864261>.

dalam Penggunaan BSI Mobile Banking, Sun dan Zhang mengidentifikasi yang menjadi indikator dalam persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).¹²

Kemudahan penggunaan *mobile banking* berarti layanan *mobile banking* sebuah bank mudah untuk dipahami dan digunakan sehingga memudahkan nasabah untuk mempelajari cara bertransaksi menggunakan *m-banking*. Penerimaan penggunaan sistem juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut, hal ini merupakan refleksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan ini dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem.¹³

BSI *Mobile* dalam layanannya memanjakan mata nasabahnya karena memiliki warna tampilan yang lembut dengan kombinasi dari warna putih, biru muda dan kuning keemasan. Pada bagian beranda juga disediakan banyak pilihan transaksi seperti info rekening, transfer, pembayaran, pembelian, layanan islami, zakat dan wakaf, e-mas, tarik tunai, buka rekening, *top up e-wallet*, e-commerce, transaksi terjadwal,

¹² Nurul Hidayah, Susila Andriyati, And Vina Rismayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking," *Rumah Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang* 4, No. 2 (Desember 2022): Halaman 142.

¹³ Ibid, Halaman 142.

dan juga pembiayaan. Dengan demikian tentunya mempermudah nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* karena hampir semua yang ditampilkan di beranda awal merupakan transaksi-transaksi yang sangat sering digunakan oleh nasabah.

b. Indikator Kemudahan

Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur adanya variabel kemudahan antara lain sebagai berikut:¹⁴

1) Efisiensi waktu

Efisiensi waktu merupakan hasil yang telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara optimal dengan mengutamakan alat yang tepat, biaya yang sedikit serta selesai pada waktu yang telah ditentukan atau bahkan lebih cepat.

2) Kemampuan melakukan transaksi

Kemampuan melakukan transaksi ini dimaksudkan kepada kemampuan karyawan/pegawai dalam melakukan transaksi dengan nasabah tanpa adanya hambatan atau kendala.

3) Kemudahan operasional

Kemudahan operasional ini diartikan sebagai nasabah yang tidak merasakan kesulitan dalam melakukan transaksi.

4) Penggunaan yang fleksibel

¹⁴ Gilang Rizky Amijaya, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)," *Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, N.D., 2010.

Penggunaan yang fleksibel maksudnya adalah penggunaan yang mudah untuk diatur, dengan kata lain seseorang dapat menggunakan layanan yang disediakan sesuai dengan waktu dan keadaan dari pihak pengguna yang bersangkutan.

c. Hubungan antara Kemudahan dan Loyalitas Nasabah

Apabila nasabah semakin mudah dalam mengakses layanan yang disediakan oleh pihak bank, maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan oleh nasabah terhadap pihak bank. Nasabah yang mendapatkan kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi cenderung akan terus menggunakan produk/jasa yang sama atau loyal terhadap bank yang memberikan kemudahan tersebut.¹⁵

d. Hubungan antara Kemudahan dan Kepuasan Nasabah

Apabila nasabah mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi, maka nasabah akan merasa puas dengan pihak bank. Saat bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi seperti yang diharapkan oleh nasabah, maka akan semakin tinggi pula keinginan nasabah untuk menggunakannya sehingga muncullah kepuasan dari nasabah itu sendiri.¹⁶

4. Keamanan

a. Definisi Keamanan

¹⁵ Nainggolan, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam," Halaman 60-61.

¹⁶ Nurfadillah, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung," Halaman 109-110.

Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain. 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.¹⁷

Keamanan dalam aplikasi BSI *Mobile* dilengkapi dengan 2 sistem keamanan yaitu *password* dan pin. *Password* terdiri atas kombinasi huruf besar, huruf kecil dan angka sebanyak 6 sampai 8 karakter sedangkan pin hanya angka saja sebanyak 6 karakter.

b. Indikator Keamanan

Adapun indikator yang mempengaruhi keamanan adalah sebagai berikut:¹⁸

1) Jaminan Keamanan

Adanya jaminan keamanan di dalam sebuah perusahaan termasuk bank memiliki peran yang sangat penting dan besar dalam mengurangi kekhawatiran nasabah tentang penyalahgunaan data pribadi ataupun transaksi data lainnya. Apabila jaminan keamanan sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan bersedia

¹⁷ "Keamanan," In *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, October 7, 2022, <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Keamanan&oldid=21760273>.

¹⁸ Heriyana, "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online," *Jurnal Ekonomia* 10, No. 3 (February 1, 2020).

memberikan informasi pribadinya dan juga menggunakan produk/jasa dengan perasaan yang aman.

2) Kerahasiaan Data

Menjaga kerahasiaan data nasabah merupakan tanggung jawab yang sangat besar dan penting karena nasabah telah mempercayakan datanya untuk dikelola oleh pihak bank. Sehingga pihak bank wajib menjaga kerahasiaan data nasabah dan memastikannya tetap aman dan terjaga. Apabila data nasabah jatuh ke pihak lain yang tidak bertanggung jawab, maka besar kemungkinan yang akan terjadi adalah data tersebut akan disalahgunakan dan akan memberikan kerugian bagi nasabah pemilik data.

c. Hubungan antara Keamanan dan Loyalitas Nasabah

Apabila nasabah berpikir bahwa sistem keamanannya baik maka tingkat kepercayaan nasabah akan tinggi. Saat nasabah telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, maka nasabah akan cenderung loyal terhadap bank.¹⁹

d. Hubungan antara Keamanan dan Kepuasan Nasabah

Apabila nasabah berpikir bahwa sistem keamanannya baik maka tingkat kepercayaan nasabah akan tinggi. Saat nasabah telah memiliki

¹⁹ Dewi Kusuma Wardhani And Azka Redo Fahlefi, "Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank Bni)," *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1, No. 8 (June 2022).

tingkat kepercayaan yang tinggi, maka nasabah akan merasa puas terhadap sistem keamanan yang diberikan oleh pihak bank.²⁰

5. Citra Perusahaan

a. Definisi Citra Perusahaan

Perusahaan yang tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggannya biasanya akan menghadapi masalah yang cukup rumit, mulai dari kehilangan pelanggan sedikit demi sedikit sampai penjualan yang terus menurun. Sehingga perusahaan diharuskan mampu memberikan ide dan inovasi serta mengerahkan seluruh kemampuannya untuk terus dapat memuaskan pelanggannya. Dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan akan diikuti dengan citra positif di setiap mata seluruh pelanggan.²¹

Corporate image atau citra perusahaan adalah persepsi khalayak terhadap identitas yang disodorkan. Atau dengan kata lain *corporate image* adalah bagaimana masyarakat dalam hal ini pembeli, *supplier*, konsumen, atau masyarakat secara keseluruhan mempersepsikan perusahaan tersebut.²² Dengan adanya citra perusahaan yang baik inilah akan memberikan fungsi sebagai sebuah strategi yang cukup efektif untuk memenangkan persaingan di dalam dunia bisnis. Untuk itu, dalam

²⁰ Ibid.

²¹ Feti Fatimah Maulyan Et Al., "Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review," *Jurnal Sains Manajemen* 4, No. 1 (February 7, 2022): Halaman 9, <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>.

²² "Perbedaan Corporate Image Dengan Corporate Identity • Desain Logo Design Elegan Perusahaan," Akarapi Online Indonesia, Accessed June 6, 2023, <https://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/perbedaan-corporate-image-dengan-corporate-identity>.

mempertahankan citra baik dari sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut hendaknya senantiasa menjaga kualitas dari layanan yang diberikan.²³

b. Indikator Citra Perusahaan

Dikutip dari jurnal, terdapat empat indikator di dalam citra perusahaan, antara lain sebagai berikut:²⁴

- 1) Kepribadian, yaitu keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh publik seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) Reputasi, yaitu hak yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.
- 3) Nilai, yaitu nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.
- 4) Identitas perusahaan yaitu komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan.

c. Hubungan antara Citra Perusahaan dan Loyalitas Nasabah

²³ Maulyan Et Al., "Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan," Halaman 9.

²⁴ Febri Apriansah And Uswah Hasanah, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia (Studi Kasus Pt. Pos Indonesia Kcp Bagansiapiapi)" 3, No. 3 (2022): Halaman 415.

Menurut Viona Jesica Kristania, Imelda W.J. Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu dalam penelitiannya, semakin baik citra perusahaan maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Hal ini didukung oleh hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra perusahaan terhadap loyalitas dari nasabah. sebaliknya, apabila citra perusahaan semakin buruk maka sudah dapat dipastikan bahwa loyalitas nasabah juga akan menurun.²⁵

d. Hubungan antara Citra Perusahaan dan Kepuasan Nasabah

Menurut Zusmawati, Maria Magdalena , Jhon Fernos, dan Adinda Suci Ramadhani di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik akan berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah. nasabah biasanya akan membandingkan citra perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Semakin baik citra/kesan suatu perusahaan dimata nasabah, hal itu akan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah-nasabahnya.²⁶

B. Studi Penelitian Terdahulu

Adanya studi penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, juga untuk menghindari anggapan adanya kesamaan dengan penelitian ini. Maka dengan ini penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

²⁵ Viona Jesica Kristania, Imelda W J Ogi, And Merlyn Mourah Karuntu, "Effect Of Service Quality, Satisfaction Customers, And Corporate Image On Customer Loyalty At Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Manado Branch Office," 2022, Halaman 542.

²⁶ Maria Magdalena, Jhon Fernos, And Adinda Suci Ramadhani, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung" 4, No. 1 (2023): Halaman 478.

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Nurul Kurnia Wardani, 2023	Pengaruh Pengalaman Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengalaman nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah <i>mobile banking</i> pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. b. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. c. Pengalaman nasabah dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah <i>mobile banking</i> pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.²⁷
2.	Bella Aldama Widyana dan Maulida Nurhidayati, 2022	Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel independen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<ul style="list-style-type: none"> a. Secara parsial Display produk dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. b. Kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²⁸
3.	Aziz Rivai, Dwi Setya Nugrahini, 2022		Sama-sama menggunakan variabel loyalitas	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian	<ul style="list-style-type: none"> a. Ada pengaruh yang signifikan antara upah

²⁷ Nurul Kurnia Wardani, "Pengaruh Pengalaman Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto," *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2023.

²⁸ Bella Aldama Widyana And Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Display Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Surya Mandiri Siwalan Mlarak Ponorogo," *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research* 2, No. 1 (June 30, 2022): 157–74, <https://doi.org/10.21154/Niqosiya.V2i1.749>.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Pengaruh Upah Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Para Pekerja Buruh Tani Dusun Pandean, Desa Banjarsari Wetan, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun	nasabah sebagai variabel dependen (Y).	yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	terhadap loyalitas kerja pada pekerja buruh tani. b. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara beban kerja terhadap loyalitas kerja pada pekerja buruh tani. c. Ada pengaruh yang signifikan antara upah dan beban kerja terhadap loyalitas kerja pada pekerja buruh tani. ²⁹
4.	Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, dan Versiandika Yudha Pratama, 2023	Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan)	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah.	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	a. Pelayanan Prima yang dilakukan BSI KCP Pekalongan KAJEN mempengaruhi Kepuasan nasabahnya. b. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pekalongan KAJEN. c. Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan KAJEN. d. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan KAJEN. e. Kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Pekalongan KAJEN f. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas

²⁹ Aziz Rivai And Dwi Setya Nugrahini, "Pengaruh Upah Dan Beban Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Para Pekerja Buruh Tani Dusun Pandean, Desa Banjarsari Wetan, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun," *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research* 2, No. 1 (2022): 1–22.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					nasabah BSI KCP Pekalongan Kajej. ³⁰
5.	Fauzie Senoaji, 2021	Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<p>a. Variabel segmenting secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI Cabang Kota Surabaya Sidoarjo.</p> <p>b. Variabel Quality Service secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI Cabang Kota Surabaya Sidoarjo.</p> <p>c. Variabel Corporate Image secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI Cabang Kota Surabaya Sidoarjo.</p> <p>d. Variabel segmenting, Quality Service dan Corporate Image secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI Cabang Kota Surabaya Sidoarjo.</p> <p>e. Variabel segmenting merupakan variabel dominan yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah di BSI Cabang Kota Surabaya Sidoarjo.</p>

³⁰ Zulfi Zakiyah, Syamsuddin, And Versiandika Pratama, "Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bsi Kcp Pekalongan)," *Velocity: Journal Of Sharia Finance And Banking* 3, No. 1 (May 21, 2023): 75–86, <https://doi.org/10.28918/Velocity.V3i1.6989>.

³¹ Fauzie Senoaji, "Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Surabaya," *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, No. 2 (September 30, 2021): 165, <https://doi.org/10.30651/Imp.V1i2.11255>.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
6.	Melsi Diana Putri Lubis, David Humala Sitorus, 2023	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y)	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. b. Keamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. c. Kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.³²
7.	Novi Kurnia Cahyani, 2021	Pengaruh Kemudahan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Echannel Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y) dan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada variabel dan lokasi penelitian. pemilihan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. c. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. d. Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. e. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.

³² Melsi Diana Lubis And David Humala Sitorus, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5, No. 2 (December 31, 2023): 209–18, <https://doi.org/10.30812/Target.V5i2.3021>.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					<p>f. Secara simultan kemudahan, kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.</p> <p>g. Secara simultan kemudahan dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto.</p> <p>h. Kepuasan tidak mampu memediasi kemudahan terhadap loyalitas nasabah.</p> <p>i. Kepuasan mampu memediasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah.</p> <p>³³</p>
8.	Feti Fatimah Maulyan, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliawati, dan Dwi Sandini, 2022	Pengaruh <i>Service Excellent</i> Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: <i>Theoretical Review</i>	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<p>a. Service Excellent berpengaruh terhadap citra perusahaan.</p> <p>b. Service Excellent berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.³⁴</p>
9.	Sri Ismulyaty, Nurmaini, dan May Roni, 2022	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	a. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo.

³³ Novi Kurnia Cahyani, "Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 202," *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2021.

³⁴ Maulyan Et Al., "Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan."

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)			<p>b. Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo.</p> <p>c. Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo.³⁵</p>
10.	Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, Nurdasila Darsono, 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas sebagai variabel dependen (Y) dan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<p>a. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>b. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepercayaan pelanggan.</p> <p>c. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>d. Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>e. Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepercayaan pelanggan.</p>

³⁵ Ismulyaty, Nurmaini, And Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)."

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					<p>f. Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>g. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>h. Kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.</p> <p>i. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi sebagian (partial mediation) hubungan kausalitas kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.</p> <p>j. Kepercayaan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi sebagian (partial mediation) hubungan kausalitas kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.</p> <p>k. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi sebagian (partial mediation) hubungan kausalitas citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.</p> <p>l. Kepercayaan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi sebagian (partial mediation) hubungan kausalitas citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.³⁶</p>

³⁶ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
11.	Roslina Noor Hidayati, 2023	Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi	Sama sama menggunakan loyaltas nasabah sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<p>a. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>b. Keamanan berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>c. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>d. Kualitas layanan yang dimoderasi kepuasan nasabah dapat berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>e. Keamanan yang dimoderasi kepuasan nasabah dapat berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>f. Kepercayaan yang dimoderasi kepuasan nasabah tidak dapat berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.</p> <p>g. Kualitas Layanan, Keamanan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah.³⁷</p>
12.	Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyaltas	Sama-sama menggunakan variabel loyaltas sebagai variabel dependen (Y) dan variabel	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan	<p>a. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap loyaltas nasabah Jenius mobile.</p> <p>b. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan</p>

Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” 8, No. 3 (2017).

³⁷ Roslina Noor Hidayati, “Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyaltas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi,” *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.	variabel dan lokasi penelitian.	positif terhadap kepuasan nasabah Jenius mobile. c. Kualitas pelayanan melalui kepuasan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. d. Kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. e. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. f. Kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas. ³⁸
13.	Zusmawati, Maria Magdalena, Jhon Fernos, dan Adinda Suci Ramadhani	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung	Sama-sama menggunakan variabel citra perusahaan dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang	a. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. ³⁹
14.	Nadya R. Masiaga, Frederik G. Worang, Yunita Mandagie, 2022	Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Manado	Sama-sama menggunakan variabel keamanan	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan	a. Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) menemukan bahwa keamanan dan kepercayaan secara bersama – sama atau simultan berpengaruh

³⁸ Siti Munfaqiroh And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32, <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.578>.

³⁹ Magdalena, Fernos, And Ramadhani, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung."

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
		yang Berbelanja Secara Online di Lazada.Com		variabel dan lokasi penelitian.	<p>signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berbelanja secara online di Lazada.com.</p> <p>b. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>c. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>
15.	Alan Andhika, 2021	Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependen (Y).	Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada pemilihan variabel dan lokasi penelitian.	<p>a. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Ekuitas Merek pada BSI Mobile.</p> <p>b. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada BSI Mobile.</p> <p>c. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BSI Mobile.</p> <p>d. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada BSI Mobile.</p> <p>e. Ekuitas Merek memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap Citra</p>

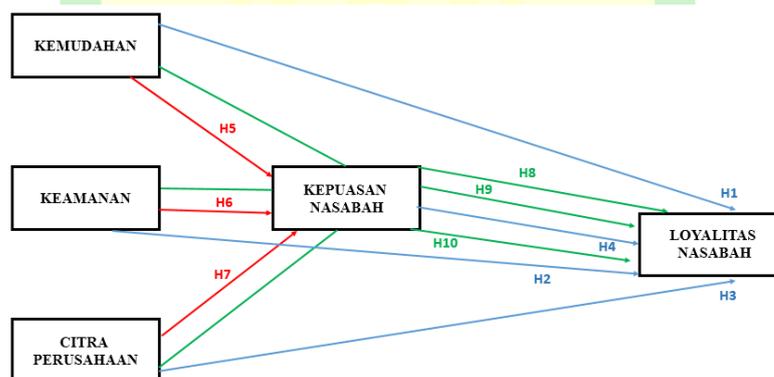
No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
					Perusahaan pada BSI Mobile. f. Ekuitas Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BSI Mobile. g. Ekuitas Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada BSI Mobile. h. Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BSI Mobile. i. Citra Perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada BSI Mobile. j. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada BSI Mobile

Berdasarkan Tabel 2.1, maka terdapat perbedaan dengan penelitian yang sekarang ini dilakukan. Variabel yang digunakan di dalam penelitian ini juga berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Penulis menggabungkan beberapa variabel penelitian yang sebelumnya belum pernah dikaji bersama kemudian menjadi penelitian yang baru.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dari suatu penelitian yang didasarkan oleh fakta lapangan, observasi, dan kajian kepustakaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir memuat teori, dalil, ataupun konsep yang akan dijadikan landasan di dalam sebuah penelitian.⁴⁰

Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada BSI KC Madiun Kartoharjo, maka kerangka pemikiran di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

- Pengaruh secara parsial X1, X2, X3, Z terhadap Y
- Pengaruh secara parsial X1, X2, X3 terhadap Z
- Pengaruh X1 terhadap Y melalui Z
- Pengaruh X2 terhadap Y melalui Z
- Pengaruh X3 terhadap Y melalui Z

D. Hipotesis

⁴⁰ Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, And Ramadani Syafitri, "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif' 2 (2023).

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang terdapat di dalam penelitian. Yang dimaksud dengan jawaban sementara disini adalah karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴¹

Berikut ini variabel yang sedang diuji kebenarannya yaitu:

X1 : Kemudahan

X2 : Keamanan

X3 : Citra Perusahaan

Y : Loyalitas Nasabah

Z : Kepuasan Nasabah

Adapun hipotesis atau jawaban sementara dari kerangka penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea yang mengatakan di dalam penelitiannya bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁴² Sedangkan menurut Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus, Kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 1st Ed. (Bandung: Alfabeta, 2019), Halaman 99.

⁴² Siti Munfaqiroh And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32, <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.578>.

loyalitas konsumen.⁴³ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H01 : kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Ha1 : kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

2. Pengaruh keamanan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus yang mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.⁴⁴ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Jasmiko Hendri yang menyatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah.⁴⁵ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H02 : keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Ha2 : keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

⁴³ Melsi Diana Lubis And David Humala Sitorus, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5, No. 2 (December 31, 2023): 209–18, <https://doi.org/10.30812/Target.V5i2.3021>.

⁴⁴ Lubis And Sitorus.

⁴⁵ Jasmiko Hendri, "Pengaruh Keamanan, Resiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking," 2020.

3. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus dan Nurdasila Darsono yang menjelaskan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah.⁴⁶ Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Rina Purnama dan Asmi Ayuning Hidayah menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.⁴⁷ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H03 : citra perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Ha3 : citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

4. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, dan Versiandika Yudha Pratama yang menjelaskan Kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan

⁴⁶ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" 8, No. 3 (2017).

⁴⁷ Rina Purnama And Asmi Ayuning Hidayah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Tirtayasa Ekonomika* 14, No. 2 (October 29, 2019): 187, <https://doi.org/10.35448/Jte.V14i2.6529>.

signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁴⁸ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H04 : kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Ha4 : kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

5. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian Novi Kurnia Cahyani yang menjelaskan Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁴⁹

Sedangkan penelitian Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea menjelaskan bahwa Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan.⁵⁰ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H05 : kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Ha5 : kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

⁴⁸ Zulfi Zakiyah, Syamsuddin, And Versiandika Pratama, "Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bsi Kcp Pekalongan)," *Velocity: Journal Of Sharia Finance And Banking* 3, No. 1 (May 21, 2023): 75–86, <https://doi.org/10.28918/Velocity.V3i1.6989>.

⁴⁹ Novi Kurnia Cahyani, "Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 202," *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2021.

⁵⁰ Siti Munfaqiroh And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32, <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.578>.

6. Pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian Nadya R. Masiaga, Frederik G. Worang, dan Yunita Mandagie yang mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁵¹ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H06 : keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Ha6 : keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

7. Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian Zusmawati, Maria Magdalena, Jhon Fernos, dan Adinda Suci Ramadhani yang menyatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.⁵² Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H07 : citra perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

Ha7 : citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.

⁵¹ N R Masiaga, F G Worang, And Y Mandagie, "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Manado Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com," 2022.

⁵² Maria Magdalena, Jhon Fernos, And Adinda Suci Ramadhani, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung" 4, No. 1 (2023).

8. Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian Siti Munfaqiroh dan Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea yang mengatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas.⁵³ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H08 : kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Ha8 : kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

9. Pengaruh keamanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian Roslina Noor Hidayati yang mengatakan bahwa keamanan yang dimoderasi kepuasan nasabah dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.⁵⁴ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H09 : keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

⁵³ Munfaqiroh And Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening."

⁵⁴ Roslina Noor Hidayati, "Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi," *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.

Ha9 : keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

10. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Penelitian Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, dan Nurdasila Darsono yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.⁵⁵ Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H010 : citra perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Ha10 : citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*.

⁵⁵ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" 8, No. 3 (2017).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini sering disebut metode tradisional karena merupakan metode lawas yang digunakan untuk penelitian. Metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme karena telah memenuhi standar keilmiahan seperti berbasis fakta/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan juga terstruktur. Metode ini sering dikenal metode penemuan karena dapat ditemukan dan dikembangkan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Selain itu, metode ini umumnya melibatkan pengumpulan data berupa angka serta analisis statistik.¹

Metode studi kuantitatif dimanfaatkan saat peneliti ingin menguji kebenaran dari teori yang akan dimanfaatkan di dalam studi. Metode studi ini sebaiknya digunakan saat Peneliti bertujuan untuk memahami dampak dari perlakuan khusus pada yang lainnya, ingin menguji kebenaran dari hipotesis penelitian, dan saat ingin memperoleh informasi penelitian yang tepat sesuai dengan peristiwa yang dapat diamati secara nyata dan diukur, serta untuk menghilangkan keragu-raguan atas validitas dari suatu data penelitian.²

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 1st ed. (Bandung: Alfabeta, 2019). Halaman 16.

² Ibid, 34.

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan kata serapan bahasa Inggris "variable" merujuk kepada "ubahan", "faktor tidak tetap", atau "gejala yang dapat diubah-ubah". Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki sehingga bisa diperoleh informasi dan ditarik kesimpulan. Berdasarkan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya, jenis variabel dalam penelitian antara lain sebagai berikut:³

a. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang menjadi penyebab atau mempunyai peluang teoritis berdampak terhadap variabel yang lainnya. Variabel ini biasanya dilambangkan dengan huruf X.⁴ Pada penelitian ini variabel independennya adalah kemudahan (X1), keamanan (X2), dan citra perusahaan (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh adanya variabel yang lain, atau dalam hal ini variabel bebas. Variabel ini biasanya dilambangkan dengan huruf Y.⁵ Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas nasabah.

³ Ibid, 68.

⁴ Rafika Ulfa, "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan," *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, N.D., Halaman 347.

⁵Ibid 347.

c. Variabel Intervening

Variabel intervening merupakan variabel yang keberadaannya mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel intervening biasanya dilambangkan dengan huruf Z.⁶

Dalam penelitian ini, variabel interveningnya adalah kepuasan nasabah.

2. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indicator	Sumber
Kemudahan (X1)	Kemudahan merupakan sebuah keyakinan dalam proses untuk mengambil keputusan. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi waktu 2. Kemampuan melakukan transaksi 3. Kemudahan operasional 4. Penggunaan yang fleksibel 	Hidayah, Andriyati, And Rismayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking," Halaman 142.
Keamanan (X2)	Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data 	Heriyana, "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online," <i>Jurnal Ekonomia</i> 10, no. 3 (February 1, 2020).

⁶ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Halaman 70.

⁷ Hidayah, Andriyati, And Rismayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking," Halaman 142.

⁸ Heriyana, "Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online," *Jurnal Ekonomia* 10, no. 3 (February 1, 2020).

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indicator	Sumber
Citra Perusahaan (X3)	Citra perusahaan atau <i>corporate image</i> adalah bagaimana masyarakat dalam hal ini pembeli, <i>supplier</i> , konsumen, atau masyarakat secara keseluruhan mempersepsikan perusahaan tersebut. ⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai 4. Identitas perusahaan 	“Perbedaan Corporate Image Dengan Corporate Identity • Desain Logo Design Elegan Perusahaan,” Akarapi Online Indonesia, accessed June 6, 2023, https://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/perbedaan-corporate-image-dengan-corporate-identity .
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah merupakan sebuah tindakan pelanggan yang melakukan pembelian berulang-ulang secara berkala dengan perilaku kesetiaan pada produk atau jasa yang berada disebuah perusahaan tertentu tanpa menimbulkan perubahan perilaku konsumen untuk memilih perusahaan pesaing lainnya. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian berulang secara teratur 2. Membeli antar lini produk atau jasa 3. Merekomendasikan kepada orang lain 4. Tidak mudah terpengaruh oleh pesaing dari produk sejenis lainnya 	Griffin, " <i>Customer Loyalty Edisi Revisi</i> ", Erlangga, (2005)

⁹ “Perbedaan Corporate Image Dengan Corporate Identity • Desain Logo Design Elegan Perusahaan,” Akarapi Online Indonesia, accessed June 6, 2023, <https://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/perbedaan-corporate-image-dengan-corporate-identity>.

¹⁰ Griffin, "*Customer Loyalty Edisi Revisi*", Erlangga, (2005),

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indicator	Sumber
Kepuasan Nasabah (Z)	Kepuasan nasabah adalah keseluruhan sikap yang diperlihatkan oleh konsumen/ pelanggan/ nasabah atas produk dan jasa yang telah diperoleh dan telah dipergunakan. ¹¹	1. Minat 2. Konfirmasi Harapan 3. Kesesuaian	Aspiani, <i>Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online Di Kota Makasar</i> (Jurnal Universitas Negeri Makasar, 2018).

C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun Kartoharjo dengan alamat Jl. Auri Blok A/1A, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena belum pernah dikaji oleh peneliti sebelumnya dan diharapkan bahwa hasil dari studi ini bisa digunakan sebagai materi referensi evaluasi dan dapat membantu pihak bank untuk tetap mempertahankan eksistensinya. Periode penelitian ini pelaksanaannya dimulai pada bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Februari 2024.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah domain generalisasi yang terdiri dari objek-objek maupun subjek yang memiliki kuantitas dan atribut khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis serta kemudian diambil kesimpulan.¹²

¹¹ Aspiani, *Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online Di Kota Makasar* (Jurnal Universitas Negeri Makasar, 2018).

¹² *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Halaman 126.

Populasi dalam penelitian ini mencakup semua pelanggan BSI yang menerapkan layanan BSI *Mobile* yang ada di Madiun. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Anita, beliau mengatakan bahwa estimasi nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* sebanyak 75% dari total jumlah nasabah yang ada di BSI KCP Kartoharjo Madiun. Namun demikian masih belum diketahui pasti berapa jumlah nasabah yang menggunakan BSI *Mobile* dikarenakan kebijakan dari pihak BSI.¹³

2. Sampel

Sampel ialah sebagian kecil dari jumlah dan atribut yang dimiliki oleh populasi. Oleh sebab itu, sampel yang diambil dari populasi harus mewakili dengan baik (mewakili dari keseluruhan populasi). Saat penelitian ini dilakukan, peneliti belum mengetahui secara pasti berapa jumlah populasi, sehingga perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran seperti berikut:¹⁴

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 5%

q = peluang salah 5%

e = tingkat kesalahan sampel

¹³ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

¹⁴ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Halaman 126.

Di dalam studi ini menggunakan teknik sampling insidental, yakni cara pemilihan sampel yang didasarkan oleh kebetulan. Maksudnya adalah Siapa pun yang secara kebetulan berinteraksi dengan peneliti bisa menjadi sampel di dalam penelitian jika individu yang ditemui dirasa sesuai untuk dijadikan sampel.¹⁵

E. Jenis dan Sumber Data

Dari segi sumber, penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada pelanggan pengguna BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun Kartoharjo.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memanfaatkan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner atau sering disebut angket adalah metode pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan memberikan atau mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya untuk selanjutnya diajukan kepada responden baik secara tertulis ataupun menggunakan media internet dengan link atau kuesioner. Selanjutnya kuesioner tersebut akan diisi oleh para responden sesuai dengan yang dikehendaki tanpa adanya paksaan.¹⁶

Adapun cara yang nantinya akan dilakukan penulis untuk menyebarkan kuesioner adalah dengan membagikannya kepada nasabah secara langsung di

¹⁵ Ibid, 133.

¹⁶ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan Spss* (Elex Media Komputindo, 2019).

BSI KCP Madiun Kartoharjo dan juga menyebarkannya melalui *broadcast* di social media seperti *WhatsApp*.

G. Instrument Penelitian

Alat penelitian adalah media yang dimanfaatkan untuk memeriksa dan mengukur keberadaan sebuah fenomena yang diamati.¹⁷ Instrument studi harus memenuhi dua kaidah penulisan, yaitu tepat guna dan berfungsi dengan baik. Yang dimaksud dengan tepat guna adalah dapat dipahami bahwa instrumen tersebut sudah sesuai dengan data apa yang ingin diperoleh. Sedangkan yang dimaksud dengan instrument berfungsi dengan baik adalah instrument tersebut mampu memberikan gambaran mengenai hal-hal yang ingin diutarakan.¹⁸

Pembuatan instrumen penelitian wajib merujuk pada variabel studi, definisi operasional, dan metode pengukurannya. Dalam studi ini jenis instrument penelitian yang digunakan adalah menggunakan kuesioner. Sedangkan skala pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert sendiri dimanfaatkan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terkait adanya suatu fenomena yang terjadi.

Skala likert yang digunakan pada penelitian ini menggunakan 4 pilihan jawaban seperti Tabel 3.2 dikarenakan agar dapat memperoleh jawaban yang jelas.

Tabel 3.2 Skala Likert

Pernyataan	Bobot Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3

¹⁷ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.*

¹⁸ Dr Heru Kurniawan M.Pd, *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian* (Deepublish, 2021).

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pilihan respon skala empat diharapkan lebih mampu untuk mengungkapkan perbedaan sikap dari responden secara lebih maksimal. Selain itu, responden juga tidak memiliki kesempatan untuk bersikap netral dan memaksa responden untuk menentukan sikap sesuai fenomena sosial yang ditanyakan atau dinyatakan di dalam instrument.¹⁹

Kuesioner yang berupa pertanyaan tersebut kemudian diberi tanggapan oleh nasabah pengguna BSI Mobile di Madiun. Kuesioner ini terbentuk dari:

1. Bagian pertama berisi tentang identitas responden yang meliputi nama, usia, jenis kelamin, , pekerjaan, dan tanggal pengisian.
2. Bagian kedua berisi tentang petunjuk pengisian angket.
3. Bagian ke tiga dan empat berisi pertanyaan.

H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Untuk memastikan kebenaran dan validitas alat penelitian yang digunakan yaitu validitas. Validitas alat yang digunakan dalam penelitian apa pun selalu dipertanyakan. Apabila suatu alat pengukur digunakan untuk tujuan yang dimaksudkan, maka alat tersebut dianggap sah. Validitas menunjukkan seberapa akurat dan tepat alat pengukur menjalankan fungsi pengukuran yang dimaksudkan. Jika skala pengukuran berfungsi sebagaimana mestinya dan mengukur sebagaimana dimaksud, maka skala

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, halaman 146.

tersebut dianggap valid. Setiap item pertanyaan harus menjalani penilaian validitas. Kita cocokkan r tabel, dimana $df = n-2$ dengan sig 5%, dengan hasil r yang dihitung. Valid jika r tabel $>$ r hitung.²⁰

2. Reliabilitas

Uji ketergantungan merupakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data karena dianggap alat yang baik dan dapat diandalkan (konsisten). Hasil penelitian yang dapat diandalkan adalah hasil yang menunjukkan data yang sama pada periode yang berbeda, sedangkan instrumen yang dapat diandalkan adalah instrumen yang menghasilkan data yang sama bila digunakan berulang kali untuk mengukur item yang sama. Stabilitas suatu alat ukur dinilai melalui uji reliabilitas. Seluruh item pertanyaan dapat dilakukan uji reliabilitas secara simultan. Dapat diandalkan jika nilai Alpha lebih besar dari 0,60.²¹

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pemeriksaan normalitas digunakan untuk menilai sejauh mana distribusi data mematuhi keadaan normal. Dengan demikian, pemeriksaan normalitas mengasumsikan bahwa data dari setiap variabel berasal dari populasi yang terdistribusi secara normal. Pengujian statistik parametrik seperti analisis regresi linier ganda termasuk dalam

²⁰ *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Halaman 179.

²¹ *Ibid*,185.

kategori analisis statistik yang membutuhkan pengujian normalitas. Terdapat beberapa metode statistik yang bisa digunakan untuk menilai normalitas, seperti uji Kolmogorov-Smirnov. Hipotesis yang diajukan:

H_0 : residual berdistribusi normal

H_a : residual berdistribusi tidak normal

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga H_0 diterima, yang berarti keadaan normalitas telah terpenuhi.²²

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ketidaksamaan varians antar residu pengamatan yang berbeda dalam model regresi merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas. Regresi mensyaratkan, antara lain, varians dari residu dari satu observasi ke observasi berikutnya tidak menunjukkan pola yang jelas. Kesenjangan nilai antara satu bentuk residu menunjukkan pola yang tidak sama. Hipotesis yang digunakan:

H_0 : tidak terjadi heteroskedastisitas

H_a : terjadi heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima yang artinya terjadi heteroskedastisitas.²³

c. Uji Multikolinieritas

²² Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Pradina Pustaka, 2022) halaman 15.

²³ Ibid 15.

Uji multikolinieritas dijalankan untuk mengindikasikan bahwa variabel independen harus bebas dari tanda-tanda multikolinieritas atau terjadi hubungan antara variabel independen. Apabila terdapat tanda-tanda multikolinieritas, salah satu tindakan yang dapat diterapkan untuk memperbaiki model adalah dengan menghapus variabel dari model regresi. Hipotesis yang digunakan:

H_0 : tidak terjadi multikolinieritas

H_a : terjadi multikolinieritas

Jika nilai $VIF > 10$ maka H_a diterima yang artinya terjadi multikolinieritas.²⁴

d. Uji Autokorelasi

Mencari tahu apakah kesalahan perancu pada periode t dan kesalahan perancu pada periode $t-1$ (sebelum ini) berkorelasi adalah tujuan dari uji autokorelasi. Regresi tanpa autokorelasi dianggap sebagai model yang sangat baik. Dengan menerapkan Uji Durbin-Watson, seseorang dapat menentukan apakah terdapat fenomena autokorelasi dalam data yang diperiksa. Syarat tidak terjadinya autokorelasi adalah $DU < DW < 4 - DU$.²⁵

Kriteria sebagai berikut:

- 1) $0 \leq d \leq dL$ (tidak ada autokorelasi positif)
- 2) $dL \leq d \leq dU$ (tidak ada autokorelasi positif)

²⁴ Ibid 15.

²⁵ Adhista Setyarini, "Analisis Pengaruh Car, Npl, Nim, Bopo, Ldr Terhadap Roa (Studi Pada Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia Periode 2015-2018)," *Research Fair Unisri* 4, No. 1 (January 11, 2020): Halaman 287, <https://doi.org/10.33061/Rsfu.V4i1.3409>.

- 3) $4 - dL \leq d \leq 4$ (tidak ada kolerasi negative)
- 4) $A - dU \leq d \leq 4 - dL$ (tidak ada kolerasi negatif)
- 5) $U \leq d \leq 4 - dU$ (tidak ada autokolerasi positif)

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang dimanfaatkan untuk memperoleh model korelasi antara 1 variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen memiliki dampak terhadap variabel dependen secara bersamaan dan secara parsial.²⁶ Adapun rumus persamaan regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + bZ + e_1$$

$$Z = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_2$$

Dimana:

b : *Unstandardized coefficients B*

X_1 : Kemudahan

X_2 : Keamanan

X_3 : Citra Perusahaan

Z : Kepuasan Nasabah

Y : Loyalitas Nasabah

e : *Standard error*

3. Uji Hipotesis

²⁶ Ita Mamlua'atul Mufidah And Hari Basuki, "Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Stunting Di Jawa Timur," *Indonesian Nursing Journal Of Education And Clinic* 3, No. 3 (March 27, 2023): 51–59.

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menilai seberapa besar dampak antar variabel. Dampak satu variabel independen (kemudahan (X1), keamanan (X2), dan citra perusahaan (X3)) pada variabel yang bergantung (kesetiaan pelanggan (Y)) dengan variabel intervening (kepuasan nasabah (Z)). Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan menentukan nilai t_{tabel} , yaitu dengan cara melihat nilai *degree of freedom* dengan rumus sebagai berikut: ²⁷

$$Df = n - k$$

Keterangan:

$Df = \text{degree of freedom}$

$n =$ jumlah responden, observasi, atau data

$k =$ jumlah variabel penelitian

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dipergunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel secara bersamaan atau simultan. Pengaruh satu variabel independen (kemudahan (X1), keamanan (X2), dan citra perusahaan (X3)) secara bersama-sama pada variabel dependen (kesetiaan pelanggan (Y)) dengan variabel intervening

²⁷ Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik*, Halaman 15.

(kepuasan nasabah (Z)).²⁸ Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

Jika signifikansi $F < 0,05$ maka tolak H_0

Jika signifikansi $F > 0,05$ maka terima H_0

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menilai seberapa baik model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasinya ada dua yaitu nol dan satu. Semakin besar variabel independen dapat menjelaskan perilaku variabel dependen, maka semakin besar nilai koefisien determinasinya. Koefisien determinasi ada dua macam yaitu koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R Square*) dan koefisien determinasi konvensional.²⁹

d. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah teknik yang berguna untuk menguji dampak dari variabel yang berintervensi. Analisis ini adalah ekstensi dari analisis regresi linear berganda untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan dengan teori dan pengalaman peneliti. Analisis jalur sendiri tidak bisa digunakan untuk mengukur hubungan sebab-akibat ataupun menjadi substansi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Namun demikian, analisis jalur dapat digunakan untuk menentukan pola

²⁸ Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik*, Halaman 15.

²⁹ Ibid, 15.

hubungan antara beberapa variabel.³⁰ Koefisien regresi dalam penelitian ini dikalikan untuk melakukan uji analisis jalur. Jika variabel ketiga tidak memediasi (mengintervensi) hubungan antara dua variabel, maka terdapat hubungan searah dalam analisis rute. Adanya variabel ketiga yang memediasi hubungan antar variabel lain disebut hubungan tidak langsung.

Adapun rumus untuk menghitung analisis jalur adalah sebagai berikut:

Pengaruh langsung X terhadap Y = P1

Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y = P2 x P3

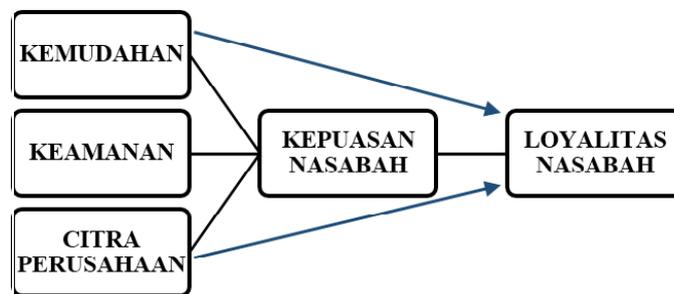
Total pengaruh (korelasi X ke Y) = P1 + (P2 x P3)

e. Uji Sobel

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi signifikansi dari hubungan tidak langsung antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) yang kemudian diintermediasi oleh variabel mediator atau variabel intervening (Z).³¹ Ilustrasi berikut ini menggambarkan pengaruh dan fungsi variabel intervening terhadap variabel independen dan variabel dependen.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), halaman 245.

³¹ Komang Satya Devara And Eka Sulistyawati, "Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, No. 10 (October 3, 2019): 6367, <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I10.P25>.



Gambar 3.1
Uji Sobel

Uji sobel dapat dihitung melalui rumus di bawah ini:

$$ab = a*b$$

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2}$$

$$Z = \frac{ab}{sab}$$

$$Z = \frac{ta \times tb}{\sqrt{ta^2 + tb^2}}$$

Keterangan:

ta : koefisien variabel independen (X)

tb : koefisien variabel intervening (Z)

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Perbankan Indonesia mengawali era baru dengan berdirinya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi didirikan pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442. Diresmikan di Istana Negara oleh Presiden Joko Widodo. PT Bank BRISyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah bergabung membentuk BSI. Melalui surat bernomor SR-3/PB.1/2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi menyetujui penggabungan usaha ini pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo resmi membuka BSI. Para pemilik saham BSI meliputi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan kepemilikan sebesar 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan kepemilikan sebesar 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan kepemilikan sebesar 17,25%. Para pemilik saham yang tersisa adalah pemegang saham lainnya.¹

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

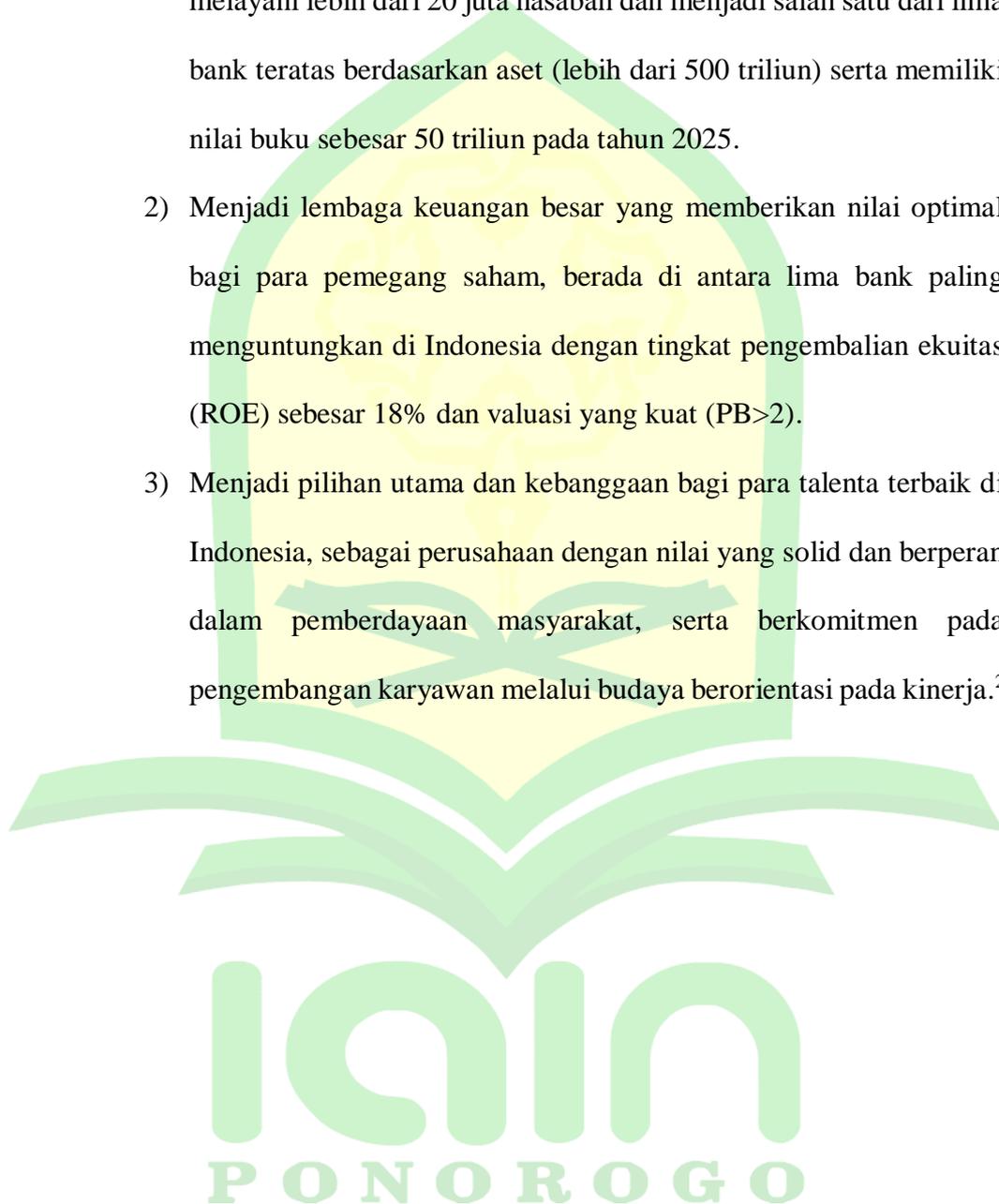
a. Visi Bank Syariah Indonesia

Berada di antara sepuluh bank syariah terbesar secara global berdasarkan kapitalisasi pasar.

¹ "Bank Syariah Indonesia," accessed March 10, 2024, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

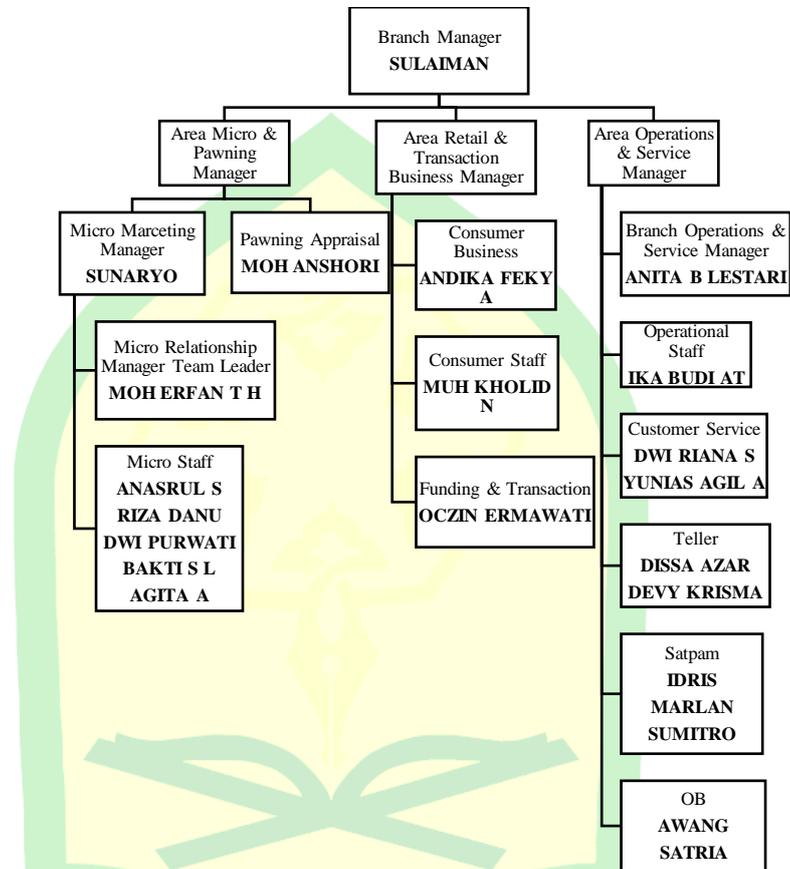
b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Menyediakan layanan solusi keuangan syariah di Indonesia dengan melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi salah satu dari lima bank teratas berdasarkan aset (lebih dari 500 triliun) serta memiliki nilai buku sebesar 50 triliun pada tahun 2025.
- 2) Menjadi lembaga keuangan besar yang memberikan nilai optimal bagi para pemegang saham, berada di antara lima bank paling menguntungkan di Indonesia dengan tingkat pengembalian ekuitas (ROE) sebesar 18% dan valuasi yang kuat ($PB > 2$).
- 3) Menjadi pilihan utama dan kebanggaan bagi para talenta terbaik di Indonesia, sebagai perusahaan dengan nilai yang solid dan berperan dalam pemberdayaan masyarakat, serta berkomitmen pada pengembangan karyawan melalui budaya berorientasi pada kinerja.²



² “Bank Syariah Indonesia,” accessed March 10, 2024, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia³



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi BSI KC Kartoharjo Madiun

4. Job Description

Penjabaran tugas dan wewenang masing-masing bagian sebagai berikut:

a. Branch Manager

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Menjamin pencapaian target pembiayaan (mikro, perbankan bisnis, pelanggan), pendanaan, pendapatan bunga dan biaya, margin kontribusi, dan keuntungan bersih di wilayah yang ia koordinasikan.

³ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

- 2) Menjelajahi peluang bisnis di wilayah yang ia koordinasikan untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, mengumpulkan Dana Pihak Ketiga (DPK), dan meningkatkan kualitas pendapatan dari aset non-operasional.
 - 3) Menjamin pelayanan yang diberikan kepada setiap pelanggan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
 - 4) Menjamin kelangsungan aktivitas operasional berjalan dengan sesuai ketentuan yang berlaku.
 - 5) Melakukan tindak lanjut setiap temuan audit baik internal maupun eksternal.
 - 6) Memastikan pengendalian mutu dan resiko operasional.
 - 7) Mengarahkan dan meriview kinerja karyawan agar tetap optimal.
 - 8) Menjaga dan memastikan kualitas pembiayaan.
 - 9) Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama dan *Memorandum of Understanding* instansi, travel umroh/ dealer/ toko emas/ supplier emas sesuai dengan insiator dan SK delegasi wewenang penandatanganan PKS/ MoU.⁴
- b. BOSM (*Branch Operation and Service Manager*)
- Tugas dan tanggung jawab:
- 1) Mensupport tugas dari *Branch Manager*.
 - 2) Mengelola administrasi di kantor cabang, bidang *Credit Administration* dan *Operation Finance*.

⁴ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

- 3) Mengkoordinasikan tugas dan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.
- 4) Mengontrol *Standard Operating Procedure* di kantor cabang berjalan dengan konsisten.
- 5) Memberi masukan dan memberikan informasi kepada *Branch Manager* atas kegiatan yang menyimpang dari *Standard Operating Procedure*.
- 6) Mengecek laporan stok unit tarikan, *inventory* dan penjualan *inventory*.⁵

c. Micro Marketing Manager

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memantau proses pencairan maupun penagihan semua Account Officer Micro dibawahnya.
- 2) Melakukan evaluasi terhadap Account Officer Mikro dalam proses pencairan maupun penagihan.
- 3) Menyiapkan Laporan Calon Nasabah Prioritas untuk disampaikan kepada Kantor Cabang.
- 4) Menjalankan pengarahan sore hari dan pagi hari.
- 5) Diberi hak untuk memberikan teguran Account Officer Mikro dibawahnya apabila target kurang dari 80%.

⁵ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

- 6) Diberi wewenang untuk mengeluarkan Surat Peringatan kepada Account Officer Mikro dibawahnya apabila dalam 3 bulan berturut-turut tidak ada pencairan sama sekali.⁶

d. Micro Account Officer

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Menyediakan informasi pada nasabah terkait dengan pembiayaan yang akan dilakukan.
- 2) Melakukan penelitian lokasi yang diajukan oleh nasabah untuk pembiayaan.
- 3) Menyusun analisis setelah melakukan survei atau penilaian terhadap data yang digunakan dalam pengajuan pembiayaan.
- 4) Mengawasi dan memberikan bimbingan terhadap kegiatan nasabah.⁷

e. Consumer Account Officer

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Meningkatkan portofolio pendanaan, pembiayaan dan *fee based* di segmen consumer.
- 2) Melakukan kerja sama dengan pihak ketiga yaitu developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah dan instansi lain.
- 3) Memastikan target funding dan lending.

⁶ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

⁷ Ibid.

- 4) Menjalankan proses pengumpulan dokumen persyaratan akad dan membuat akad pembiayaan.⁸

f. Pawning Appraisal

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Mengontrol kegiatan dan transaksi dalam lingkup gadai emas.
- 2) Mempromosikan dan memastikan terpenuhinya target gadai emas.⁹

g. Operational Staff

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Menyusun laporan keuangan terkait dengan personalia dan fasilitas kantor.
- 2) Menyusun laporan keuangan penggunaan kas harian sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Menangani distribusi dan pemeliharaan sarana dan prasarana kantor.
- 4) Menjamin bahwa pencadangan data dilakukan secara teratur.¹⁰

h. Customer Service

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah
- 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (Service Level Agreement) yang ditetapkan untuk mencapai service excellent.

⁸ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

- 3) Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang, berupa:
 - a) Melakukan proses operasional pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di customer service, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten;
 - b) Bertindak sebagai pembicara dalam layanan operasional serta produk bank sejalan dengan kewenangan dan kewajibannya;
 - c) Berpartisipasi dalam tim operasional yang kokoh, mampu berkolaborasi, dan berkomunikasi dengan efektif.¹¹

i. Teller

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) memproses setoran pajak, melakukan transaksi non-tunai, memproses transaksi tunai, memverifikasi keabsahan surat-surat dan dana klien, dan menyediakan informasi yang dibutuhkan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman mereka.
- 2) Melacak saldo kas Teller dan mengelolanya untuk menjamin kelancaran transaksi dengan pelanggan yang tersedia. Lakukan ini di awal hari, sepanjang jam layanan kas, dan di penghujung hari.
- 3) Melakukan pencatatan dan pengisian uang tunai ke mesin ATM untuk memverifikasi jumlah uang tunai fisik dalam kaset ATM selama proses pengisian ulang.

¹¹ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

- 4) Melaksanakan prinsip-prinsip Know Your Customer (KYC) serta Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 5) Menerima dan memeriksa keaslian dokumen kliring untuk memverifikasi kebenaran dan keamanan transaksi.
- 6) Menjalankan manajemen dokumen serta pelaporan terkait layanan transaksi Teller.
- 7) Menyajikan atau mengedarkan produk pembiayaan/dana serta layanan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah atau calon nasabah.
- 8) Menjalankan tugas sesuai dengan kebijakan, panduan, dan prosedur yang berlaku, serta mematuhi prinsip kehati-hatian, kepatuhan syariah, dan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (Good Corporate Governance).
- 9) Menjalankan tugas-tugas tambahan yang diberikan oleh atasan atau perusahaan.¹²

j. Satpam

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan kantor.
- 2) Berpartisipasi dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah dengan membukakan pintu, memberikan nomor antrian, sampai membantu memberikan informasi kepada nasabah.¹³

¹² Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

¹³ Ibid.

k. OB

Tugas dan tanggung jawab:

- 1) Membersihkan dan merapikan area kantor.
- 2) Membuatkan minuman untuk tamu.
- 3) Membantu pekerjaan karyawan.¹⁴

5. Layanan dan Fitur BSI Mobile

Mobile banking adalah jenis layanan yang ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya yang memungkinkan mereka melakukan berbagai transaksi perbankan dengan menggunakan kombinasi fitur dan menu dari aplikasi perbankan yang dapat diinstal dan diunduh di *handphone*. Keuntungan perbankan termasuk kemampuan untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja.¹⁵

Mobile Banking Bank Syariah Indonesia atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan *BSI Mobile*, adalah aplikasi *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia, yang dapat digunakan untuk segala jenis transaksi tunai dan non tunai. Di dalam layanan *BSI mobile* fitur yang diberikan diantaranya sebagai berikut:¹⁶

- a. Pemindahan dana antara akun maupun antar bank.
- b. Data mengenai saldo dan riwayat transaksi dalam rekening.

¹⁴ Anita B Lestari, Wawancara, Oktober 2023.

¹⁵ "Perbankan seluler," in *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, June 6, 2023, https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Perbankan_seluler&oldid=23632435.

¹⁶ "Fitur & Layanan," *Bank Syariah Indonesia Mobile* (blog), November 26, 2019, <https://bsimobile.id/fitur-layanan/>.

- c. Melakukan pembayaran tagihan seperti tagihan kartu kredit, cicilan, asuransi, tagihan listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lainnya.
- d. Membeli tiket transportasi, token listrik, pulsa, paket data, dan barang lainnya.

B. Hasil Pengujian Instrument (Validitas Dan Reliabilitas)

1. Validitas

a. Validitas Isi

Dalam penghitungan ini penulis memakai 2 orang dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai Validator di dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi validator pertama adalah Ibu Nurma Fitrianna, M. SM. dan Bapak Suad Fikriawan, S. E., M. A. sebagai validator kedua. Perhitungan validitas isi ini dilakukan menggunakan uji Aiken's V dengan rumus sebagai berikut:¹⁷

$$V = \frac{\sum S}{n(c-1)}$$

Dimana:

$$s = r - I_0$$

I_0 = Angka penilaian validitas yang terendah (dalam hal ini = 1)

c = Angka penilaian validitas yang tertinggi (dalam hal ini = 4)

r = Angka yang diberikan oleh seorang penilai

Dengan kriteria kevalidan sebagai berikut:

$$> 0,80 \quad = \text{Tinggi}$$

¹⁷ Ditania Oktariyanti, Aren Frima, and Riduan Febriandi, "Pengembangan Media Pembelajaran Online Berbasis Game Edukasi Wordwall Tema Indahnya Kebersamaan pada Siswa Sekolah Dasar," *Jurnal Basicedu* 5, no. 5 (September 19, 2021): 4093–4100, <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1490>.

$0,60 \leq V < 0,80$ = Cukup Tinggi

$0,40 \leq V < 0,60$ = Cukup

$0 \leq V < 0,40$ = Buruk

Setelah dilakukan pengujian Aiken's V, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Perhitungan Validitas Isi dengan Uji Aiken's V

Variabel	Butir Pernyataan	Angka Aiken's V	Kriteria Koefisien Aiken's V
Kemudahan	8	0.667	Cukup Tinggi
Keamanan	4	0.750	Cukup Tinggi
Citra Perusahaan	9	0.722	Cukup Tinggi
Loyalitas Nasabah	8	0.687	Cukup Tinggi
Kepuasan Nasabah	6	0.722	Cukup Tinggi
V Total	35	0.710	Cukup Tinggi

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan data pengisian angket yang dilakukan oleh 2 orang dosen validator diperoleh rata-rata sebesar 0,709722 dan dicocokkan interpretasi validitas Aiken's V termasuk ke dalam kelompok $0,60 \leq V < 0,80$ dengan tingkat validitas yang cukup tinggi atau dapat dianggap valid.

b. Validitas Konstruk

Dalam penghitungan ini penulis menggunakan responden sebanyak 30 orang sehingga $r_{tabel} = 0,361$ dihitung dengan rumus $df = n-2$. Pada penelitian ini, apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut dikatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$,

maka variabel tersebut dikatakan tidak valid. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas di dalam penelitian ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kemudahan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,747	0,361	Valid
X1.2	0,690		Valid
X1.3	0,595		Valid
X1.4	0,762		Valid
X1.5	0,689		Valid
X1.6	0,737		Valid
X1.7	0,676		Valid
X1.8	0,794		Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Menurut Tabel 4.2 ada 8 item ungkapan tentang variabel kemudahan. Setiap pernyataan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel 0,361, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Keamanan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.9	0,809	0,361	Valid
X2.10	0,817		Valid
X2.11	0,809		Valid
X2.12	0,816		Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Menurut Tabel 4.3 ada 4 item ungkapan tentang variabel keamanan. Seluruh item menunjukkan pernyataan bahwa r hitung $<$ r tabel 0,1996, maka dapat dikatakan bahwa seluruh ungkapan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.13	0,624	0,361	Valid
X3.14	0,681		Valid
X3.15	0,527		Valid
X3.16	0,784		Valid
X3.17	0,662		Valid
X3.18	0,710		Valid
X3.19	0,749		Valid
X3.20	0,812		Valid
X3.21	0,794		Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Menurut Tabel 4.3 ada 4 item ungkapan tentang variabel keamanan. Seluruh item menunjukkan pernyataan bahwa r hitung $<$ r tabel 0,1996, maka dapat dikatakan bahwa seluruh ungkapan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.22	0,832	0,361	Valid
Y.23	0,648		Valid
Y.24	0,773		Valid
Y.25	0,643		Valid
Y.26	0,595		Valid
Y.27	0,627		Valid
Y.28	0,761		Valid
Y.29	0,636		Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Menurut Tabel 4.5 ada 4 item ungkapan tentang variabel loyalitas nasabah. Semua item pernyataan menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel 0,361, maka dapat dikatakan bahwa semua pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Z.30	0,666	0,361	Valid
Z.31	0,863		Valid
Z.32	0,822		Valid
Z.33	0,742		Valid
Z.34	0,727		Valid
Z.35	0,548		Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Menurut Tabel 4.6 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel kepuasan nasabah. Seluruh item ungkapan menunjukkan bahwa r hitung > r tabel 0,361, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh ungkapan tersebut dianggap valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas diukur menggunakan uji statistik Cronbach Alpha (α), dan sebuah konstruk atau variabel dianggap dapat diandalkan jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Berikut ini adalah temuan pengujian reliabilitas di dalam studi ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,891	0,60	Reliabel
Keamanan (X2)	0,865		Reliabel
Citra Perusahaan (X3)	0,897		Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,877		Reliabel
Kepuasan Nasabah (Z)	0,856		Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Uji reliabilitas pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena diperoleh hasil pengujian Cronbach's Alpha > 0,60.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Studi ini dilaksanakan dengan metode menyebar kuesioner pada pelanggan pengguna BSI *Mobile* di Madiun. Ciri-ciri responden dalam penelitian ini dibagi ke dalam beberapa kelompok, seperti usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

1. Karakteristik Responden

a. Usia

Nasabah yang menjadi subjek studi ini kemudian dikelompokkan berdasarkan usianya. Untuk dapat melihat proporsinya dengan jelas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.8
Data Nasabah Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Orang
1.	< 25 tahun	58 orang
2.	25-40 tahun	33 orang
3.	> 40 tahun	6 orang
Jumlah		97 orang

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Menurut Tabel 4.8 diketahui bahwa klien pengguna BSI *Mobile* di Madiun yang menjadi partisipan sejumlah 97 orang. Sekitar 58 individu berusia < 25 tahun, sejumlah 33 individu berusia 25- 40 tahun dan sejumlah 6 individu berusia > 40 tahun.

b. Jenis Kelamin

Nasabah yang menjadi subjek studi ini kemudian dikelompokkan pada jenis kelaminnya. Untuk dapat melihat proporsinya dengan jelas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Data Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Orang
1.	Laki-Laki	44 orang
2.	Perempuan	53 orang
	Jumlah	97 orang

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Menurut Tabel 4.9 diketahui bahwa klien pengguna BSIMobile di Madiun yang menjadi partisipan sejumlah 97 orang. Sejumlah 44 individu berjenis kelamin pria dan jumlahnya 53 individu yang berjenis kelamin wanita..

c. Pekerjaan

Nasabah yang menjadi responden di dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan berdasarkan usianya. Untuk dapat melihat proporsinya dengan jelas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.10
Data Nasabah Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Orang
1.	PNS	13 orang
2.	Pegawai Swasta	17 orang
3.	Wirausaha	18 orang
4.	Mahasiswa	49 orang
	Jumlah	97 orang

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Menurut Tabel 4.10 diketahui bahwa klien pengguna BSI *Mobile* di Madiun yang menjadi partisipan sejumlah 97 orang. Sekitar 13 individu bekerja sebagai PNS, 17 orang bekerja sebagai pegawai swasta, 18 orang bekerja sebagai wirausaha, dan 49 orang masih berstatus sebagai mahasiswa.

d. Hasil Jawaban Responden

Tabel 4.11
Hasil Jawaban Responden pada Variabel Kemudahan

Pernyataan	Jawaban				Rata-Rata
	1	2	3	4	
X1.1	0	3	48	46	3,44
X1.2	0	4	52	41	3,38
X1.3	0	2	36	59	3,59
X1.4	0	4	42	51	3,48
X1.5	0	7	53	37	3,31
X1.6	0	7	44	46	3,40
X1.7	0	4	42	51	3,48
X1.8	0	2	59	36	3,35

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Menurut Tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel kemudahan adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan tanggapan sangat sepakat. Di samping itu, ada juga responden yang memberikan jawaban tidak sepakat serta sangat tidak setuju.

Tabel 4.12
Hasil Jawaban Responden pada Variabel Keamanan

Pernyataan	Jawaban				Rata-Rata
	1	2	3	4	
X2.9	0	2	47	48	3,47
X2.10	0	1	53	43	3,43
X2.11	0	2	42	53	3,53

X2.12	0	1	52	44	3,44
-------	---	---	----	----	------

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Menurut Tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel keamanan adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan tanggapan sangat setuju. Di samping itu, terdapat juga responden yang memberikan jawaban tidak setuju serta sangat tidak setuju.

Tabel 4.13
Hasil Jawaban Responden pada Variabel Citra Perusahaan

Pernyataan	Jawaban				Rata-Rata
	1	2	3	4	
X3.13	0	3	47	47	3,45
X3.14	0	2	48	47	3,46
X3.15	0	1	42	54	3,55
X3.16	0	3	48	46	3,44
X3.17	0	5	53	39	3,35
X3.18	0	4	45	48	3,45
X3.19	0	4	48	45	3,42
X3.20	0	5	48	44	3,40
X3.21	0	5	42	50	3,46

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Dari Tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel citra perusahaan adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan tanggapan sangat setuju. Di samping itu, terdapat juga partisipan yang memberikan tanggapan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.14
Hasil Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas Nasabah

Pernyataan	Jawaban				Rata-Rata
	1	2	3	4	
Y.22	0	5	47	45	3,41

Y.23	0	3	52	42	3,40
Y.24	0	6	40	51	3,46
Y.25	0	5	46	46	3,42
Y.26	0	4	55	38	3,35
Y.27	0	2	43	52	3,52
Y.28	0	3	55	39	3,37
Y.29	0	4	53	40	3,37

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Dari Tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel loyalitas nasabah adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Di samping itu, terdapat juga partisipan yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4.15

Hasil Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Jawaban				Rata-Rata
	1	2	3	4	
Z.30	0	2	63	32	3,31
Z.31	0	3	47	47	3,45
Z.32	0	3	33	61	3,60
Z.33	0	5	52	40	3,36
Z.34	0	5	48	44	3,40
Z.35	0	3	47	47	3,45

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

Dari Tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban yang mendominasi dari pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah adalah setuju. Cukup banyak juga yang memberikan jawaban sangat setuju. Di samping itu, terdapat juga partisipan yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.16
Hasil Uji Normalitas

Model	Kolmogorov-Smirnov		
	Test Statistic	N	Sig
1 / Y	0,078	97	0,175
2 / Z	0,070	97	0,200

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.16 menampilkan temuan pengujian normalitas dari model 1 serta model 2 dengan cara *Kolmogorov-Smirnov*. Dari temuan tersebut diketahui bahwa residual dari model 1 mempunyai nilai $\text{sig}=0,175 > 0,05$ dan persamaan 2 memiliki nilai $\text{sig}=0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual dari kedua model tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Variabel	r hitung	Sig	Keterangan
1 / Y	X1	0,078	0,447	Tidak Berpengaruh
	X2	-0,168	0,100	Tidak Berpengaruh
	X3	0,041	0,688	Tidak Berpengaruh
	Z	-0,181	0,076	Tidak Berpengaruh
2 / Z	X1	0,016	0,873	Tidak Berpengaruh
	X2	0,048	0,643	Tidak Berpengaruh
	X3	0,066	0,519	Tidak Berpengaruh

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.17, hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode korelasi *rank spearman* menunjukkan bahwa nilai mutlak

residual kedua persamaan memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa kedua model persamaan tidak mengalami heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.18
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Run Test		
	Test Value	N	Sig
1 / Y	0,045	97	0,359
2 / Z	-0,048	97	0,192

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.18 menunjukkan hasil pengujian autokorelasi menerapkan cara *Run Test*. Dari temuan tersebut diketahui bahwa nilai $\text{sig} > 0,05$, Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kedua model persamaan tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Variabel	TOL	VIF	Keterangan
1 / Y	X1	0,513	1,948	Non Multikolinieritas
	X2	0,503	1,987	Non Multikolinieritas
	X3	0,289	3,457	Non Multikolinieritas
	Z	0,353	2,833	Non Multikolinieritas
2 / Z	X1	0,530	1,886	Non Multikolinieritas
	X2	0,532	1,881	Non Multikolinieritas
	X3	0,385	2.600	Non Multikolinieritas

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.19 memperlihatkan temuan pengujian multikolinieritas. Dari hasil tersebut diperhatikan bahwa nilai $\text{VIF} < 10$,

sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua model persamaan tidak terjadi multikolinieritas.

2. Model Regresi Linear Berganda

a. Model Persamaan 1

Tabel 4.20
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 1

<i>Standardized Coefficients</i>	
Model	Beta
X1	0,116
X2	0,267
X3	0,348
Z	0,252

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dirumuskan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,116X1 + 0,267X2 + 0,348X3 + 0,252Z + e1$$

- 1) Kemudahan memiliki koefisien sebesar 0,116 dapat diartikan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila kemudahan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika kemudahan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,116 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- 2) Keamanan memiliki koefisien sebesar 0,267 dapat diartikan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila keamanan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika keamanan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga

akan mengalami peningkatan sebesar 0,267 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

- 3) Citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,348 dapat diartikan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila citra perusahaan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika citra perusahaan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,348 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- 4) Kepuasan nasabah memiliki koefisien sebesar 0,252 dapat diartikan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika kepuasan nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,252 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

b. Model Persamaan 2

Tabel 4.21
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 2

<i>Standardized Coefficients</i>	
Model	Beta
X1	0,148
X2	0,193
X3	0,550

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat dirumuskan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,148X_1 + 0,193X_2 + 0,550X_3 + e_2$$

- 1) Kemudahan memiliki koefisien sebesar 0,148 dapat diartikan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Artinya, apabila kemudahan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika kemudahan meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,148 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- 2) Keamanan memiliki koefisien sebesar 0,193 dapat diartikan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Artinya, apabila keamanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika keamanan meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,193 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- 3) Citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,550 dapat diartikan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Artinya, apabila citra perusahaan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika citra perusahaan meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,550 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

3. Uji t

a. Model Persamaan 1

Tabel 4.22
Hasil Uji t Persamaan 1

Variabel	T	Sig
Kemudahan	1,577	0,118
Keamanan	3,574	0,001
Citra Perusahaan	3,534	0,001
Kepuasan Nasabah	2,825	0,006

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.22 diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh kemudahan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,118 > 0,05$ dan nilai thitung = $1,577 < 1,985$ ttabel, maka terima H_01 dan tolak H_{a1} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan dan loyalitas nasabah.

2) Pengaruh keamanan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung = $3,574 > 1,985$ ttabel, maka terima H_{a2} dan tolak H_02 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan dan loyalitas nasabah.

3) Pengaruh citra perusahaan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung = $3,534 > 1,985$ ttabel, maka terima

Ha3 dan tolak H03. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

4) Pengaruh kepuasan nasabah (Z) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh Z terhadap Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai thitung = $2,825 > 1,985$ ttabel, maka terima Ha4 dan tolak H04. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

b. Model Persamaan 2

Tabel 4.23
Hasil Uji t Persamaan 2

Variabel	T	Sig
Kemudahan	1,750	0,083
Keamanan	2,290	0,024
Citra Perusahaan	5,535	0,000

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Berdasarkan Tabel 4.23 diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengaruh kemudahan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Z)

Didapat nilai sig untuk pengaruh X1 terhadap Z adalah sebesar $0,083 > 0,05$ dan nilai thitung = $1,750 < 1,985$ ttabel, maka terima H05 dan tolak Ha5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan dan kepuasan nasabah.

2) Pengaruh keamanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Z)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Z adalah sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai thitung = $2,290 > 1,985$ ttabel, maka terima H_{a6} dan tolak H_{06} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan dan kepuasan nasabah.

3) Pengaruh citra perusahaan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Z)

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Z adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung = $5,535 > 1,985$ ttabel, maka terima H_{a7} dan tolak H_{07} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dan kepuasan nasabah.

4. Uji F

a. Model Persamaan 1

Tabel 4.24
Hasil Uji F Persamaan 1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	377,608	3	94,402	66,240	0,000
Residual	131,113	92	1,425		
Total	508,722	96			

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.24 diketahui nilai sig = $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, keamanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

b. Model Persamaan 2

Tabel 4.25
Hasil Uji F Persamaan 2

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	208,135	3	69,378	56,830	0,000
Residual	113,535	93	1,221		
Total	321,670	96			

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.25 diketahui nilai sig = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, keamanan, dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5. Koefisien Determinasi

a. Model Persamaan 1

Tabel 4.26
Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1

R	R Square
0,862	0,742

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.26, dapat dilihat bahwa koefisien korelasi (R) adalah 0,862 dan persentase pengaruh variabel bebas dan perantara terhadap variabel terikat, yang disebut determinasi (R Square), adalah 0,742. Ini berarti nilai R Square (R^2) adalah 0,742 atau 74,2%, menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh sebesar 74,2% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

b. Model Persamaan 2

Tabel 4.27
Hasil Uji koefisien Determinasi Persamaan 2

R	R Square
0,804	0,647

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22, 2024

Dari Tabel 4.27, dapat diamati bahwa koefisien korelasi (R) adalah 0,804 dan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel perantara yang disebut determinasi (R Square) adalah 0,647. Ini berarti nilai R Square (R^2) adalah 0,647 atau 64,7%, menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan, dan citra perusahaan memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap kepuasan nasabah dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

6. Uji Sobel

Untuk menentukan apakah kepuasan merupakan variabel intervening dari kemudahan, keamanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah maka dilakukan dengan uji sobel test. Uji sobel untuk setiap variabel sebagai berikut:

- 1) Uji Sobel untuk kepuasan sebagai mediasi dari kemudahan dan loyalitas nasabah

$$\begin{aligned}
 Z &= \frac{tx1 \times tz}{\sqrt{tx1^2 + tz^2}} \\
 &= \frac{1,750 \times 2,825}{\sqrt{3,063 + 7,981}} \\
 &= 1,488
 \end{aligned}$$

Karena nilai $Z = 1,488 < 1,96$ maka terima H_{08} tolak H_{a8} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi kemudahan dan loyalitas nasabah.

- 2) Uji Sobel untuk kepuasan sebagai mediasi dari keamanan dan loyalitas nasabah

$$\begin{aligned} Z &= \frac{tx_2 \times tz}{\sqrt{tx_2^2 + tz^2}} \\ &= \frac{2,290 \times 2,825}{\sqrt{5,244 + 7,981}} \\ &= 1,779 \end{aligned}$$

Karena nilai $Z = 1,779 < 1,96$ maka terima H_{09} dan tolak H_{a9} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi keamanan dan loyalitas nasabah.

- 3) Uji Sobel untuk kepuasan sebagai mediasi dari citra perusahaan dan loyalitas nasabah

$$\begin{aligned} Z &= \frac{tx_3 \times tz}{\sqrt{tx_3^2 + tz^2}} \\ &= \frac{5,535 \times 2,825}{\sqrt{30,636 + 7,981}} \\ &= 2,516 \end{aligned}$$

Karena nilai $Z = 2,516 > 1,96$ maka terima H_{a10} tolak H_{010} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan mampu memediasi citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

7. Analisis Jalur

Dengan mengalikan koefisien regresi, analisis jalur dapat digunakan untuk menemukan hubungan antara dampak tidak langsung dan sebab dan akibat langsung dari sekumpulan variabel. Dapat juga dijadikan sebagai variabel penyebab terhadap faktor-faktor lain yang menjadi variabel yang berpengaruh.

Tabel 4.28
Hasil Analisis Jalur

Variabel	Kontribusi		Total
	Langsung	Tidak Langsung (Melalui Z)	
X1 terhadap Y	0,116	$(0,252 \times 0,148)$ = 0,037	$0,116 + 0,037$ = 0,153
X2 terhadap Y	0,267	$(0,252 \times 0,193)$ = 0,049	$0,267 + 0,049$ = 0,316
X3 terhadap Y	0,348	$(0,252 \times 0,550)$ = 0,139	$0,348 + 0,139$ = 0,487
Z terhadap Y	0,252	-	0,252
X1 terhadap Z	0,148	-	0,148
X2 terhadap Z	0,193	-	0,193
X3 terhadap Z	0,550	-	0,550

Sumber: data primer diolah dengan Ms. Excel 2013, 2024

E. Pembahasan

Tujuan dari studi ini adalah menganalisis pengaruh kemudahan, keamanan, serta citra perusahaan terhadap kesetiaan pelanggan di Madiun dalam memanfaatkan BSI Mobile dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel perantara. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.22 sebesar $0,118 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 1,577 < 1,985$ t_{tabel} , maka terima H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.20 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kemudahan memiliki tanda positif, artinya variabel kemudahan berbanding lurus atau searah dengan loyalitas nasabah dengan diperoleh nilai signifikansi 0,116 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel kemudahan dengan loyalitas nasabah namun hubungan tersebut tidak signifikan.

Hasil ini sesuai dengan teori dari Joe Marconi dan penelitian yang dilakukan oleh Siti Munfaqiroh dan Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.¹⁸ Hal tersebut tentunya juga dipengaruhi oleh sampel yang didominasi oleh mahasiswa yang menggunakan tabungan BSI dan *Mobile Banking* dikarenakan tuntutan. Sehingga, kemudahan bukanlah faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah.

¹⁸ Siti Munfaqiroh And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32, <https://doi.org/10.56521/Manajemen-Dirgantara.V15i1.578>.

Hubungan antara kemudahan dengan loyalitas nasabah terjalin apabila nasabah semakin mudah dalam mengakses layanan yang disediakan oleh pihak bank, maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan oleh nasabah terhadap pihak bank. Nasabah yang mendapatkan kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi cenderung akan terus menggunakan produk/jasa yang sama atau loyal terhadap bank yang memberikan kemudahan tersebut.¹⁹

Walaupun kemudahan bukan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, namun alangkah lebih baik bahwa pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun juga tetap memperhatikan kemudahan dalam melakukan transaksi dalam BSI *Mobile*. Sehingga tidak menutup kemungkinan dimasa yang akan datang, kemudahan dapat berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.22 sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 3,574 > 1,985$ ttabel, maka terima H_a2 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.20 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel keamanan

¹⁹ Nainggolan, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam," Halaman 60-61.

memiliki tanda positif, artinya variabel keamanan berbanding lurus atau searah dengan loyalitas nasabah dengan diperoleh 0,267 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel keamanan dengan loyalitas nasabah.

Temuan ini sesuai dengan teori dari Joe Marconi dan penelitian yang dilakukan oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Ketika informasi pribadi nasabah terjamin keamanannya, nasabah cenderung merasa lebih aman dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang mengelola data mereka. Sehingga keamanan memiliki dampak yang kuat terhadap loyalitas konsumen.²⁰

Hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah terjadi apabila nasabah berpikir bahwa sistem keamanannya baik maka tingkat kepercayaan nasabah akan tinggi. Saat nasabah telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, maka nasabah akan cenderung loyal terhadap bank.²¹

Maka dari itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan sistem keamanan siber sehingga kejadian peretasan yang pernah terjadi tidak akan terjadi lagi dimasa yang akan

²⁰ Melsi Diana Lubis and David Humala Sitorus, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5, no. 2 (December 31, 2023): 209–18, <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021>.

²¹ Dewi Kusuma Wardhani And Azka Redo Fahlefi, "Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank Bni)," *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1, No. 8 (June 2022).

datang. Selain itu juga diharapkan kepada pihak BSI juga menyiapkan file *backup* untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Selain itu, bagi para pengguna *mobile banking* disarankan untuk melakukan pengecekan secara teratur untuk mengetahui kendala yang terjadi sedini mungkin, merahasiakan pin dan juga *password*, serta rutin memeriksa mutasi rekening.

3. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.22 sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung = $3,534 > 1,985$ ttabel, maka terima H_a3 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.20 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel citra perusahaan memiliki tanda positif, artinya variabel citra perusahaan berbanding lurus atau searah dengan loyalitas nasabah dengan diperoleh 0,348 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel citra perusahaan dengan loyalitas nasabah.

Hasil ini sesuai dengan teori dari Joe Marconi dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alan Andhika yang menyatakan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada BSI *Mobile*. citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada BSI *Mobile*.

Hal ini berarti semakin baik citra perusahaan maka semakin baik juga tingkat loyalitas nasabah.²²

Hubungan antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah menurut Viona Jesica Kristania, Imelda W.J. Ogi dan Merlyn Mourah Karuntu dalam penelitiannya, semakin baik citra perusahaan maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Hal ini didukung oleh hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra perusahaan terhadap loyalitas dari nasabah. Sebaliknya, apabila citra perusahaan semakin buruk maka sudah dapat dipastikan bahwa loyalitas nasabah juga akan menurun.²³

Oleh sebab itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk dapat mempertahankan citra baik perusahaan yang telah dibangun selama ini bahkan meningkatkannya. Hal itu dapat dilakukan salah satunya dengan terus memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap nasabahnya, senantiasa menjunjung tinggi visi dan misi, membangun interaksi yang baik dengan nasabah, membuat *event* untuk acara tertentu dengan melibatkan masyarakat.

4. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

²² Alan Andhika, "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 12 (December 21, 2021): 6013, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i12.5035>.

²³ Viona Jesica Kristania, Imelda W J Ogi, And Merlyn Mourah Karuntu, "Effect Of Service Quality, Satisfaction Customers, And Corporate Image On Customer Loyalty At Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Manado Branch Office," 2022, Halaman 542.

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.22 sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 2,825 > 1,985$ t_{tabel} , maka terima H_a4 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.20 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kepuasan nasabah memiliki tanda positif, artinya variabel kepuasan nasabah berbanding lurus atau searah dengan loyalitas nasabah dengan diperoleh 0,252 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah.

Temuan ini sejalan dengan teori dari Joe Marconi dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alan Andhika yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *BSI Mobile*. Hal ini berarti semakin baik citra perusahaan maka semakin baik juga tingkat loyalitas nasabah.²⁴

Hubungan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah terjadi apabila pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dirasa oleh nasabah memenuhi kriteria atau sesuai dengan ekspektasi mereka, maka nasabah tentunya akan merasa puas. Saat nasabah merasa puas, mereka akan menunjukkan sikap secara berulang-ulang menggunakan produk/jasa dari

²⁴ Andhika, "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan."

perusahaan tersebut. Sikap secara berulang-ulang inilah yang dinamakan dengan loyalitas nasabah.²⁵

Oleh karena itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk memperhatikan selalu kepuasan nasabah sehingga dapat mempertahankan loyalitas dari nasabah tersebut. Hal itu dapat dilakukan salah satunya dengan terus memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap nasabahnya, mendengarkan kritik maupun saran yang diberikan oleh nasabah, menangani keluhan dari nasabah dengan cepat dan tanggap.

5. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.23 sebesar $0,083 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 1,750 < 1,985$ t_{tabel} , maka terima H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan dan kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.21 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kemudahan memiliki tanda positif, artinya variabel kemudahan berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh 0,148 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel kemudahan dengan kepuasan nasabah.

²⁵ Nora Pitri Nainggolan, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam" 6 (2018).

Hasil ini sesuai dengan teori dari Retna Brata Purnaningsih dan penelitian dari Novi Kurnia Cahyani yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo Cokroaminoto. Apabila kemudahan dalam menggunakan BSI *Mobile* meningkat maka seharusnya hal itu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun demikian, pada penelitian ini kemudahan tidak dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal itu dikarenakan sampel yang didominasi oleh mahasiswa, sehingga kemudahan bukan menjadi tolak ukur yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.²⁶

Hubungan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah terjadi apabila nasabah mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi, maka nasabah akan merasa puas dengan pihak bank. Saat bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi seperti yang diharapkan oleh nasabah, maka akan semakin tinggi pula keinginan nasabah untuk menggunakannya sehingga muncullah kepuasan dari nasabah itu sendiri.²⁷

Walaupun kemudahan bukan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, namun alangkah lebih baik bahwa pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun juga tetap memperhatikan kemudahan dalam melakukan transaksi dalam BSI *Mobile*. Sehingga tidak menutup

²⁶ Novi Kurnia Cahyani, "Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 202," *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2021.

²⁷ Nurfadillah, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung," Halaman 109-110.

kemungkinan dimasa yang akan datang, kemudahan dapat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

6. Pengaruh Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.23 sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 2,290 > 1,985$ t_{tabel} , maka terima H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan dan kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.21 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel keamanan memiliki tanda positif, artinya variabel keamanan berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh 0,193 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel keamanan dengan kepuasan nasabah.

Hasil ini sama dengan teori dari Retna Brata Purnaningsih dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nadya R. Masiaga, Frederik G. Worang, dan Yunita Mandagie yang mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga apabila sistem keamanan yang diberikan semakin tinggi dan baik, maka tingkat kepuasan nasabah juga akan semakin baik.

Hubungan antara keamanan terhadap kepuasan nasabah terjadi apabila nasabah berpikir bahwa sistem keamanannya baik maka tingkat kepercayaan nasabah akan tinggi. Saat nasabah telah memiliki tingkat

kepercayaan yang tinggi, maka nasabah akan merasa puas terhadap sistem keamanan yang diberikan oleh pihak bank.²⁸

Maka dari itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan sistem keamanan siber sehingga kejadian peretasan yang pernah terjadi tidak akan terjadi lagi dimasa yang akan datang. Selain itu juga diharapkan kepada pihak BSI juga menyiapkan file *backup* untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Selain itu, bagi para pengguna *mobile banking* disarankan untuk melakukan pengecekan secara teratur untuk mengetahui kendala yang terjadi sedini mungkin, merahasiakan pin dan juga *password*, serta rutin memeriksa mutasi rekening.

7. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Pengujian hipotesis ini menghasilkan nilai nilai sig sebagaimana pada Tabel 4.23 sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} = 5,535 > 1,985$ t_{tabel} , maka terima H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan dan kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 4.21 menunjukkan besaran koefisien regresi variabel citra perusahaan bertanda positif, artinya variabel citra perusahaan berbanding lurus atau searah dengan kepuasan nasabah dengan diperoleh

²⁸ Dewi Kusuma Wardhani And Azka Redo Fahlefi, "Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank Bni)," *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1, No. 8 (June 2022).

0,550 yang menandakan adanya hubungan searah antara variabel citra perusahaan dengan kepuasan nasabah.

Hasil ini sesuai dengan teori dari Retna Brata Purnaningsih dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zusmawati, Maria Magdalena, Jhon Fernos, dan Adinda Suci Ramadhani yang menyatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung pada PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Buaya Padang. Hal ini menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik akan menentukan tingkat kesetiaan nasabah.²⁹

Hubungan antara citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah menurut Zusmawati, Maria Magdalena, Jhon Fernos, dan Adinda Suci Ramadhani di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa citra perusahaan yang baik akan berpengaruh terhadap kesetiaan nasabah. Nasabah biasanya akan membandingkan citra perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Semakin baik citra/kesan suatu perusahaan dimata nasabah, hal itu akan memberikan kepuasan tersendiri kepada nasabah-nasabahnya.³⁰

Oleh karena itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk dapat mempertahankan citra baik perusahaan yang telah dibangun selama ini bahkan meningkatkannya. Hal itu dapat dilakukan salah satunya dengan terus memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap

²⁹ Maria Magdalena, Jhon Fernos, and Adinda Suci Ramadhani, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung" 4, no. 1 (2023).

³⁰ Maria Magdalena, Jhon Fernos, And Adinda Suci Ramadhani, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung" 4, No. 1 (2023): Halaman 478.

nasabahnya, senantiasa menjunjung tinggi visi dan misi, membangun interaksi yang baik dengan nasabah, membuat *event* untuk acara tertentu dengan melibatkan masyarakat.

8. Pengaruh Kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Dengan Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Menurut Uji Sobel yang telah dilakukan untuk kepuasan sebagai mediasi dari kemudahan dan loyalitas nasabah menghasilkan nilai $Z = 1,488 < 1,96$ maka tolak H_{a8} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi kemudahan dan loyalitas nasabah. Berdasarkan Tabel 4.28 kepuasan tidak mampu memediasi antara kemudahan dengan loyalitas nasabah. Dibuktikan bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai perkalian koefisien regresi kemudahan dengan kepuasan terhadap loyalitas nasabah adalah (0,037) lebih kecil dibandingkan nilai koefisien regresi kemudahan terhadap loyalitas nasabah (0,116).

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Munfaqiroh dan Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea yang mengatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas. Artinya kemudahan tidak dapat mempengaruhi loyalitas

nasabah walaupun sudah menggunakan kepuasan untuk memediasi antara keduanya.³¹

Hubungan antara kemudahan dengan loyalitas nasabah terjalin apabila nasabah semakin mudah dalam mengakses layanan yang disediakan oleh pihak bank, maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan oleh nasabah terhadap pihak bank.³² Hubungan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah terjadi apabila nasabah mendapatkan kemudahan dalam melakukan transaksi, maka nasabah akan merasa puas dengan pihak bank.³³ Namun pada kenyataannya dalam penelitian ini, kemudahan tidak dapat mempengaruhi loyalitas nasabah baik secara langsung ataupun dengan menggunakan mediasi kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan tidak bisa dijadikan sebagai perantara antara kemudahan terhadap loyalitas nasabah. Maka dari itu sangat perlu meningkatkan kepuasan dan kemudahan dalam menggunakan *BSI Mobile*, agar nasabah lebih dapat mempercayakan untuk melakukan transaksi dengan *BSI Mobile* sehingga nasabah tertarik untuk menjadi nasabah yang loyal pada *BSI KCP Kartoharjo Madiun*.

³¹ Munfaqiroh And Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening."

³² Nainggolan, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam," Halaman 60-61.

³³ Nurfadillah, "Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung," Halaman 109-110.

9. Pengaruh Kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Keamanan Dengan Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Menurut Uji Sobel yang telah dilakukan untuk kepuasan sebagai mediasi dari keamanan dan loyalitas nasabah menghasilkan nilai $Z = 1,779 < 1,96$ maka tolak H_{a9} , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak mampu memediasi keamanan dan loyalitas nasabah.

Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Roslina Noor Hidayati yang mengatakan bahwa keamanan yang dimoderasi kepuasan nasabah dapat berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.³⁴ Hal itu dapat terjadi karena perbedaan sampel, lokasi penelitian, ataupun faktor yang lain.

Berdasarkan Tabel 4.28 kepuasan tidak mampu memediasi antara keamanan dengan loyalitas nasabah. Dibuktikan bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai perkalian koefisien regresi keamanan dengan kepuasan terhadap loyalitas nasabah adalah (0,049) lebih kecil dibandingkan nilai koefisien regresi keamanan terhadap loyalitas nasabah (0,267).

Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah yang menggunakan mobile banking, sehingga nasabah akan semakin loyal dalam menggunakan mobile banking.³⁵ Di dalam

³⁴ Roslina Noor Hidayati, "Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi," *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.

³⁵ Hidayati.

penelitian ini keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah apabila dimediasi oleh kepuasan nasabah, namun dapat berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah tanpa perantara.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan bisa dijadikan sebagai perantara antara keamanan terhadap loyalitas nasabah. Namun demikian, keamanan dapat berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Maka dari itu, pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan sistem keamanan siber sehingga kejadian peretasan yang pernah terjadi tidak akan terjadi lagi dimasa yang akan datang. Selain itu juga diharapkan kepada pihak BSI juga menyiapkan file *backup* untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan.

10. Pengaruh Kepuasan Nasabah Dapat Memediasi Hubungan Antara Citra Perusahaan Dengan Loyalitas Nasabah di Madiun dalam Menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan Uji Sobel yang telah dilakukan untuk kepuasan sebagai mediasi dari citra perusahaan dan loyalitas nasabah menghasilkan nilai $Z = 2,516 > 1,96$ maka tolak H_0 , sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan mampu memediasi citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, dan Nurdasila Darsono yang

menyatakan bahwa kepuasan pelanggan secara tidak langsung mempengaruhi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan.³⁶

Berdasarkan Tabel 4.28 kepuasan tidak mampu memediasi antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah. Dibuktikan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai perkalian koefisien regresi citra perusahaan dengan kepuasan terhadap loyalitas nasabah adalah (0,487) lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah (0,348). Dapat dilihat dari signifikannya pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan dan citra perusahaan terhadap loyalitas secara langsung berpengaruh signifikan.

Dengan demikian hubungan antara citra perusahaan dengan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah adalah ketika sebuah perusahaan yang memiliki pencitraan yang baik dapat dipastikan akan memberikan kepuasan kepada nasabah.³⁷

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan bisa dijadikan sebagai perantara antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. Dan menunjukkan bahwa jika semakin baik citra dari suatu perusahaan maka nasabah akan merasa puas, dan terciptalah loyalitas nasabah untuk tetap

³⁶ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" 8, No. 3 (2017).

³⁷ Abdul Muzammil, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi" 8, No. 3 (2017).

menggunakan *BSI Mobile* di Madiun. Sehingga diharapkan kepada pihak BSI KCP Kartoharjo Madiun untuk senantiasa menjaga citra dari perusahaannya guna meningkatkan tingkat kepuasan dan juga loyalitas dari nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Penelitian ini dibantu oleh 97 orang responden. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diuji dengan menggunakan IBM SPSS 22 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.
2. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Keamanan memiliki koefisien sebesar 0,267 dapat diartikan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila kemudahan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika kemudahan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,267 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
3. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,348 dapat diartikan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah.

Artinya, apabila citra perusahaan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika citra perusahaan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,348 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

4. Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Kepuasan nasabah memiliki koefisien sebesar 0,252 dapat diartikan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas nasabah. Artinya, apabila kepuasan nasabah meningkat maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika kepuasan nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,252 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
5. Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*.
6. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan BSI *Mobile*. Keamanan memiliki koefisien sebesar 0,193 dapat diartikan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Artinya, apabila keamanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika keamanan meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,193 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

7. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Madiun dalam menggunakan *BSI Mobile*. Citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,550 dapat diartikan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Artinya, apabila citra perusahaan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan. Lebih jauh, jika citra perusahaan meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,550 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
8. Kepuasan tidak mampu memediasi kemudahan terhadap loyalitas nasabah.
9. Kepuasan tidak mampu memediasi keamanan terhadap loyalitas nasabah.
10. Kepuasan mampu memediasi citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

B. Saran

1. Bagi Akademis

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Penulis berharap kepada penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam terkait dengan fenomena yang sedang terjadi dimasyarakat, khususnya terkait loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Kartoharjo Madiun

Diharapkan untuk *BSI KCP Kartoharjo Madiun* untuk :

- a. Memperhatikan kemudahan dalam pengoperasian *BSI Mobile* sehingga mudah digunakan khususnya untuk orang yang sudah berusia lanjut.

- b. Meningkatkan sistem keamanan siber sehingga kejadian peretasan yang pernah terjadi tidak akan terjadi lagi dimasa yang akan datang.
- c. Menyiapkan file *backup* untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan.
- d. Mempertahankan citra baik perusahaan yang telah dibangun selama ini bahkan meningkatkannya. Hal itu dapat dilakukan salah satunya dengan terus memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap nasabahnya.
- e. Memperhatikan selalu kepuasan nasabah sehingga dapat mempertahankan loyalitas dari nasabah tersebut. Hal itu dapat dilakukan salah satunya dengan terus memaksimalkan kualitas layanan yang diberikan kepada setiap nasabahnya dan juga mendengarkan kritik maupun saran yang diberikan oleh nasabah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya meneliti, mengkaji dan mengembangkan lagi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas dan kepuasan nasabah. Masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan diluar dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akarapi Online Indonesia. "Perbedaan Corporate Image Dengan Corporate Identity • Desain Logo Design Elegan Perusahaan." Accessed June 6, 2023. <https://Desainlogodesign.Com/Paket-Design-Corporate-Identity/Perbedaan-Corporate-Image-Dengan-Corporate-Identity>.
- Amijaya, Gilang Rizky. "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)." *Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*, N.D., 2010.
- Andhika, Alan. "Pengaruh Kepuasan Nasabah, Ekuitas Merek, Citra Perusahaan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, No. 12 (December 21, 2021): 6013. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V6i12.5035>.
- Apriansah, Febri, And Uswah Hasanah. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia (Studi Kasus Pt. Pos Indonesia Kcp Bagansiapiapi)" 3, No. 3 (2022).
- Aspiani. *Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online Di Kota Makasar*. Jurnal Universitas Negeri Makasar, 2018.
- Bank Syariah Indonesia Mobile. "Fitur & Layanan," November 26, 2019. <https://bsimobile.id/fitur-layanan/>.
- Bank Syariah Indonesia Mobile. "Mobile Banking Bank Syariah Indonesia," November 29, 2022. <https://bsimobile.co.id/>.
- Cahyani, Novi Kurnia. "Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 202." *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2021.
- Devara, Komang Satya, And Eka Sulistyawati. "Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8, No. 10 (October 3, 2019): 6367. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I10.P25>.
- F. Vanessa Gaffar. *Customer Relationship Management And Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta, 2007.

- Flavián, Carlos, Raquel Gurrea, And Carlos Orús. “Combining Channels To Make Smart Purchases: The Role Of Webrooming And Showrooming.” *Journal Of Retailing And Consumer Services* 52 (January 2020): 101923. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101923>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 25. 9th Ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001.
- “Griffin, ‘Customer Loyalty Edisi Revisi’, Erlangga, (2005),” N.D.
- Hendri Wijaya, Irfan Syauqi Beik, And Bagus Sartono. “Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Xyz Di Jakarta.” *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, September 25, 2017, 419.
- Heriyana. “Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online.” *Jurnal Ekonomia* 10, No. 3 (February 1, 2020).
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan Spss*. Elex Media Komputindo, 2019.
- Hidayah, Nurul, Susila Andriyati, And Vina Rismayani. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan Bsi Mobile Banking.” *Rumah Jurnal Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang* 4, No. 2 (Desember 2022).
- Hidayati, Roslina Noor. “Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi.” *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 2023.
- Indonesia, C. N. N. “Kronologi Dugaan Serangan Siber Terhadap Bsi, Transaksi Sempat Lumpuh.” *Teknologi*. Accessed November 25, 2023. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230511084123-192-948087/kronologi-dugaan-serangan-siber-terhadap-bsi-transaksi-semat-lumpuh>.
- Ismulyaty, Sri, Nurmaini, And May Roni. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo): The Effect Of Service Quality And Internet Banking User Satisfaction On Customer Loyalty Of Bank Syariah Indonesia (Bsi

- Kalirejo).” *Nisbah: Jurnal Perbanka Syariah* 8, No. 1 (June 23, 2022): 66–75.
<https://doi.org/10.30997/Jn.V8i1.6117>.
- Jannah, Afifah Miftakhul, And Dian Nova Hastari. “Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M-Banking Bsi Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Ekonomi Sakti Stie Sak* 12, No. No 1 (April 2023).
- Joe Marconi. *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company, 1993.
- John C. Mowen And Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- “Keamanan.” In *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, October 7, 2022.
<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Keamanan&oldid=21760273>.
- “Kemudahan.” In *Wiktionary Bahasa Indonesia*, May 1, 2017.
<https://id.wiktionary.org/w/index.php?title=Kemudahan&oldid=864261>.
- Khairunnisa, And Inayatillah. “Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bsi Kcp 1 Ulee Kareng Banda Aceh.” *Global Journal Of Islamic Banking And Finance* 5 (2023).
- Kotler, Philip, And Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Krisma, Devy. Wawancara, November 2023.
- Kristania, Viona Jesica, Imelda W J Ogi, And Merlyn Mourah Karuntu. “Effect Of Service Quality, Satisfaction Customers, And Corporate Image On Customer Loyalty At Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Manado Branch Office,” 2022.
- Lestari, Anita B. Wawancara, Oktober 2023.
- Lubis, Melsi Diana, And David Humala Sitorus. “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen.” *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5, No. 2 (December 31, 2023): 209–18.
<https://doi.org/10.30812/Target.V5i2.3021>.
- Magdalena, Maria, Jhon Fernos, And Adinda Suci Ramadhani. “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung” 4, No. 1 (2023).

- Marconi, Joe. *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, And Extending The Value Of Your Brand*. Lincolnwood, IL: Ntc Business Books, 2000.
- Maulyan, Feti Fatimah, Devi Yuniati Drajat, Ria Yuli Angliawati, And Dwi Sandini. “Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review.” *Jurnal Sains Manajemen* 4, No. 1 (February 7, 2022): 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>.
- Mowen, C. John, And Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- M.Pd, Dr Heru Kurniawan. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Deepublish, 2021.
- Mufidah, Ita Mamlua’atul, And Hari Basuki. “Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Stunting Di Jawa Timur.” *Indonesian Nursing Journal Of Education And Clinic* 3, No. 3 (March 27, 2023): 51–59.
- Muhammad Adam. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Aplikasi*. Alfabeta, 2018.
- Munfaqiroh, Siti, And Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Manajemen Dirgantara* 15, No. 1 (July 15, 2022): 122–32. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.578>.
- Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, And Nurdasila Darsono. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” 8, No. 3 (2017).
- Nainggolan, Nora Pitri. “Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam” 6 (2018).
- Nugraha, Billy. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Pradina Pustaka, 2022.
- Nurfadillah, Devi Aisyah. “Pengaruh Kemudahan, Kualitas Layanan Dan Fitur Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blitar Tanjung.” *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2023.

- Oktariyanti, Ditania, Aren Frima, And Riduan Febriandi. "Pengembangan Media Pembelajaran Online Berbasis Game Edukasi Wordwall Tema Indahnya Kebersamaan Pada Siswa Sekolah Dasar." *Jurnal Basicedu* 5, No. 5 (September 19, 2021): 4093–4100. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1490>.
- "Perbankan Seluler." In *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, June 6, 2023. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Perbankan_seluler&oldid=23632435.
- Purnaningsih, Retna Brata. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Di Pd. Bpr Bkk Jepara," N.D.
- Ro Esta Wintari. Wawancara, Mei 2023.
- Senoaji, Fauzie. "Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Surabaya." *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, No. 2 (September 30, 2021): 165. <https://doi.org/10.30651/imp.v1i2.11255>.
- Setyarini, Adhista. "Analisis Pengaruh Car, Npl, Nim, Bopo, Ldr Terhadap Roa (Studi Pada Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia Periode 2015-2018)." *Research Fair Unisri* 4, No. 1 (January 11, 2020). <https://doi.org/10.33061/rsfu.v4i1.3409>.
- Sevenlight. "Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak." *Bdkjakarta.Kemenag.Go.Id* (Blog). Accessed June 23, 2023. <https://bdkjakarta.kemenag.go.id/berita/pengaruh-kemajuan-teknologi-komunikasi-dan-informasi-terhadap-karakter-anak>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. 1st Ed. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, And Ramadani Syafitri. "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif" 2 (2023).
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. 2nd Ed. Yogyakarta: Andy Offset, 2000.
- Ulfa, Rafika. "Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan." *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, N.D.

Umma Syariatul Jannah. Wawancara, Mei 2023.

Wardani, Nurul Kurnia. “Pengaruh Pengalaman Nasabah Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Cokroaminoto.” *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2023.

Wardhani, Dewi Kusuma, And Azka Redo Fahlefi. “Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking Dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking Bank Bni).” *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1, No. 8 (June 2022).

Zakiyah, Zulfi, Syamsuddin, And Versiandika Pratama. “Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah Bsi Kcp Pekalongan).” *Velocity: Journal Of Sharia Finance And Banking* 3, No. 1 (May 21, 2023): 75–86. <https://doi.org/10.28918/Velocity.V3i1.6989>.

