

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES DAN KEAMANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE*
BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
MAHASISWA FEBI IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Dias Ega Saputri

NIM. 402200134

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

2024

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES DAN KEAMANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE*
BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DENGAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
MAHASISWA FEBI IAIN PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1)



Oleh:

Dias Ega Saputri
NIM. 402200134

Pembimbing :

Candra Febrilyantri, M. Ak.
NIP. 199202042020122023

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

2024

ABSTRAK

Saputri, Dias Ega. Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intevening Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. *Skripsi*. 2024. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Candra Febrilyantri, M.Ak.

Kata Kunci : Kemudahan Akses, Keamanan, Kepuasan, Loyalitas.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kasus kejahatan *cyber* yang menyerang keamanan sistem *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada akhir-akhir ini yang disebabkan oleh kurangnya perlindungan sistem keamanan dari pihak terkait yang mengakibatkan kecemasan pada nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dengan kepuasan sebagai intervening pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2020-2023 dengan populasi sebanyak 332 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode pemilihan sampel menggunakan *proporsional random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS.21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Terdapat pengaruh yang signifikan atas kemudahan akses dan keamanan secara simultan terhadap loyalitas. Kepuasan secara parsial mampu memediasi pengaruh hubungan kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas.



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	
1	Dias Ega Saputri	402200134	Perbankan Syariah	Pengaruh Kemudahan Akses Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

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

Ponorogo, 30 Agustus 2024



Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Husna N. Matul Ulya M.E.Sy
NIP. 198608082019032023

Menyetujui,

Candra Febriansanti, M.Ak
NIP. 199202042020122023



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 Akses Dan Keamanan Terhadap
Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah
Indonesia Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening
Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

Nama : Dias Ega Saputri

NIM : 402200134

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 gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua Sidang :
Muhtadin Amri, M.S.AK.
NIP 198907102018011001 (.....)

Penguji 1 :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.
NIP 197202111999032003 (.....)

Penguji 2 :
Candra Febrilyantri, M.AK.
NIP 199202042020122023 (.....)

Ponorogo, Rabu 25 September 2024

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo

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

NIP 197207142000031005



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dias Ega Saputri

NIM : 402200134

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan

Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile*

Banking Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan

Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEBI

IAIN Ponorogo

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 ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 25 November 2024



Dias Ega Saputri

NIM. 402200134

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dias Ega Saputri

NIM : 402200134

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEMUDAHAN AKSES DAN KEAMANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PENGGUNA *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH
INDONESIA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA MAHASISWA FEBI IAIN PONOROGO

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



Dias Ega Saputri

402200134

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Bank syariah mempunyai ciri dan fungsi yang berbeda dengan bank konvensional, selain mempunyai fungsi bisnis bank syariah juga mempunyai fungsi sosial yang wajib dijalankan.¹ Pada era modern saat ini, perkembangan teknologi informasi sudah mempengaruhi kehidupan manusia di semua sektor, tidak terkecuali pada sektor perbankan. Dapat kita ketahui pada saat ini tidak sedikit dari sektor perbankan yang sudah menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan kegiatannya. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memudahkan nasabah dalam mengakses atau menggunakan produk perbankan tanpa harus memakan waktu yang lama. Penerapan syariah pada bank syariah di Indonesia sudah sesuai dengan kewajiban dan ketentuan oleh direksi bank syariah dan tidak ada penanggungjawab khusus.² Perbankan elektronik atau sering kita sebut dengan *e-banking* merupakan wujud dari layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, berkomunikasi dan juga melakukan transaksi dengan mudah, sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke bank dengan antrian panjang untuk melakukan transaksinya. Tujuan dari adanya *e-banking* dalam sektor perbankan ini sebagai wujud dari upaya perbankan untuk menarik minat dan kesetiaan nasabah pada bank tersebut.

Perbankan selalu berupaya untuk memperbarui dan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabahnya baik itu dari segi kemudahan maupun dari segi keamanannya, kualitas layanan berpengaruh sangat penting bagi seorang nasabah karena kualitas layanan merupakan kunci kepuasan nasabah terhadap bank, jika suatu bank dinilai gagal dalam memberikan

¹ Luhur Prasetyo, 'The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid al-Sharia', *Juticia Islamica*, 18 (2021), p.320

² Amin Wahyudi, 'The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank', *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 7 (2023), p.83.

kualitas layanan yang baik maka nasabah akan merasa tidak puas karena keinginannya yang tidak tercapai.³ Namun sebaliknya, jika bank dapat memenuhi keinginan nasabah maka nasabah akan mendapatkan kepuasan dan dengan demikian nasabah akan menjadi loyal terhadap bank tersebut. Ketika nasabah menjadi loyal terhadap bank maka bank akan mendapatkan kepercayaan nasabah sehingga nasabah akan melakukan transaksi secara berkelanjutan pada bank tersebut.

Menurut Kotler dan Keller loyalitas didefinisikan sebagai ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu produk. Loyalitas merupakan suatu perilaku konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang telah digunakan dalam jangka waktu yang lama melalui proses pembelian secara berulang-ulang.⁴ Loyalitas nasabah dapat dilihat dari perilaku nasabah yang cenderung membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih tinggi, yang akan berdampak secara langsung kepada keuntungan yang diperoleh perusahaan. Loyalitas nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor-faktor tersebut dapat berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap suatu produk atau jasa.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan *m-banking* adalah kepuasan. Menurut Kotler dan Keller kepuasan nasabah adalah suatu rasa senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi mereka. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan kinerja bank yang dirasakan dengan harapan sebelum menggunakan jasa bank tersebut. Bank dapat menciptakan kepuasan nasabah dengan cara memberikan produk maupun layanan yang terbaik untuk nasabahnya. Kemampuan bank dalam

³ Aditya Wardhana, 'Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia', *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10 (2015), p. 273.

⁴ Arif Alfianto, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yam Yam Resto Jepara", *Skripsi*, (IAIN Kudus, 2020).

memberikan kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan *image* perusahaan, mempertahankan pelanggan dan juga dapat menarik pelanggan melalui kepuasan dan loyalitas. Kepuasan adalah tolak ukur kesuksesan bank dalam memberikan kualitas pelayanan sehingga kepuasan nasabah sangatlah penting.⁵ Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.⁶ Kepuasan nasabah adalah tingkat dimana anggapan kinerja produk akan sesuai harapan nasabah, jika tingkat produk lebih rendah nilainya maka nasabah tidak akan puas namun sebaliknya jika produk sesuai dengan harapan nasabah, nasabah akan merasa puas dan akan menggunakan kembali produk tersebut.⁷

Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah. Pada penelitian terdahulu yang ditulis oleh Fiqri Satria dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.⁸ Sedangkan penelitian yang ditulis oleh Lola Melino Citra dan Muhammad Fahmi menyatakan bahwa kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.⁹

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu faktor kemudahan akses. Kemudahan akses menggunakan produk dapat

⁵ Ely Masykuroh, "Finance Attitude, Trust, and ROSCAs' Member Commitment: Social Relation as Mediating Factor", *GLOBAL BUSINESS & FINANCE REVIEW*, Volume 28 Nomor 3(2023),35-49.

⁶ Maulida Nurhidayati Rizka Amalia, "Pengaruh Pengalaman Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mie Gacoan Ponorogo", *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Volume 3, Nomor 2 (2023), h. 323.

⁷ Nila Erina, "Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah" Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo), 2021.

⁸ Fiqri Satria and Diah Astarini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi Trisakti*, Volume 3, Nomor 1 (2023), h. 1911-24.

⁹ Citra, Lola Melino, "Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan", *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 2, Nomor 2 (2019), h. 25-214.

diartikan sebagai suatu tolak ukur nasabah percaya bahwa produk tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan, apabila *mobile banking* bank syariah mudah digunakan maka nasabah akan merasa puas dengan produk tersebut dan akan menciptakan loyalitas nasabah terhadap produk yang digunakan tersebut.¹⁰ Kemudahan akses akan berdampak pada perilaku nasabah, yaitu semakin tinggi tingkat kemudahan dalam menggunakan dan mengakses BSI *mobile* maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk maupun jasa tersebut.¹¹

Ketidakkonsistenan variabel ini dibuktikan pada penelitian terdahulu yang ditulis oleh Aulia Septiana Shafira ini menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, karena pada hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa sebenarnya bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile banking* ini seharusnya mudah diakses dan bisa dilakukan dimana saja namun beberapa nasabah merasa bahwa kurang puas karena disaat mengakses *mobile banking* tersebut terkadang masih terkendala dengan sinyal dan juga nasabah masih merasa bahwa keamanan *mobile banking* masih kurang sehingga nasabah takut jika datanya akan dibobol, oleh karena itu sebagian nasabah memilih untuk datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi daripada menggunakan aplikasi *mobile banking*.¹² Namun pada penelitian lain yang dilakukan oleh Adisa dan Nurhanifa menyatakan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh yang signifikan

¹⁰ Nely Zahara, "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Pemanfaatan Mobile Banking Pada Bank Syariah Di Yogyakarta," Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta), 85.

¹¹ Dian Fateekha Lireeh dan Moh. Faizin, "Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan Kemudahan Akses Aplikasi Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo)", *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Volume 3, No.2 (2023), 400.

¹² Aulia Septiana Shafira, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang", *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, Volume 1, No.2 (2023).

dan positif terhadap loyalitas pengguna atau nasabah.¹³ Karena menurut hasil penelitian tersebut kemudahan menjadi faktor utama nasabah akan menjadi loyal untuk menggunakan *mobile banking*, ketika nasabah merasa mudah dalam mengakses *mobile banking* maka nasabah akan menjadi senang dan merasa puas sehingga nasabah akan menjadi loyal terhadap produk perbankan tersebut.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan *m-banking* yaitu faktor keamanan. Keamanan adalah kemampuan suatu sistem untuk mencegah ilegal atau tidak tepat penggunaan datanya dan untuk mencegah penjahat *cyber* dan peretas. Keamanan suatu sistem *mobile banking* menjadi faktor yang paling penting terhadap loyalitas suatu nasabah, hal ini dikarenakan jika keamanan suatu sistem terjamin maka seorang nasabah akan merasa aman dan tidak khawatir dengan transaksi yang akan dilakukan. Dari sudut pandang konsumen keamanan merupakan suatu kemampuan untuk melindungi data ataupun informasi mengenai nasabah dari tindak kejahatan seperti penipuan dan pencurian data dalam dunia perbankan. Tingkat keamanan bertransaksi menjadi permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan *mobile banking*.¹⁴

Apabila tingkat keamanan suatu sistem *mobile banking* tinggi maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah. Ketidakkonsistenan pada variabel keamanan ditunjukkan pada penelitian yang ditulis oleh Desi Wahyuningsih dan Lia Nirawati dengan hasil penelitian menyatakan bahwa keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

¹³ Nurhanifa Adisa, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan (*Usability*) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna *Bri Mobile* (Brimo) Di Bandar Lampung", *Skripsi* (Bandar Lampung:Universitas Lampung, 2023).

¹⁴ Ahmad and Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri)", *Journal of Chemical Information and Modeling*, Volume 53, No.9 (2013),1689–99.

terhadap loyalitas nasabah.¹⁵ Sedangkan penelitian yang di tulis oleh Oky Suma Putra, Ambar Lukitaningsih dan Putri Dwi Cahyani dengan hasil penelitian menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.¹⁶

Namun faktanya keamanan *mobile banking* saat ini perlu diperhatikan karena melihat dari berbagai kasus yang ada seperti modus-modus kejahatan yang terjadi pada *mobile banking*, seperti mengirimkan *e-mail* atau SMS yang disusun dengan kata-kata yang meyakinkan, yang mengarahkan korban kepada URL link atau *login screen* atau meminta nasabah *login* dengan cara memasukkan user ID dan PIN. Nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* memiliki risiko lebih besar untuk ditipu oleh penjahat *cyber* dan menjadi korban pencurian data melalui *mobile banking*. Seperti kasus yang baru saja terjadi pada layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Mei 2023 lalu yang sempat mengalami eror pada layanan BSI *Mobile* sejak 8 Mei 2023, hingga berlangsung beberapa hari setelahnya. Sesuai yang dikutip pada sebuah website bahwa terjadinya *error* pada BSI karena serangan *cyber*. Bahkan kejahatan ini dapat mengancam kebocoran data nasabah.¹⁷ Namun saat ini telah kembali pulih dengan *maintance* dan perawatan jaringan oleh pihak BSI. Berdasarkan hal tersebut, ketika layanan *mobile banking error* selama beberapa hari tentu dapat mengganggu aktivitas ekonomi masyarakat. Hal ini terkait masyarakat yang mengandalkan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhannya. Namun dengan adanya potensi kejahatan *cyber* dapat membuat masyarakat khawatir terlebih jika beberapa kejahatan tersebut bisa membobol rekening atau data nasabah, maka perlu perhatian khusus dari pihak perbankan dalam menangani hal ini.

¹⁵ Desi Wahyuningsih dan Lia Nirawati, "Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana", *Jurnal JURKAMI*, Volume 7, No.3 (2022).

¹⁶ Ambar Lukitaningsih dan Putri Dwi Cahyani Oky Suma Putra, "Pengaruh Tarif, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 24, No.1 (2022).

¹⁷ Sistem Keamanan BSI *Mobile*, <https://www.liputan6.com/teknoread/5281858/bsi-mobile-error-diduga-kuat-karena-serangan-ransomware-ini-penjelasan-pengamat-siber>, (Di akses Pada Tanggal 16 Januari 2024)

Pentingnya kualitas layanan seperti faktor keamanan sistem akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap nasabah, sehingga rasa puas yang timbul pada nasabah tersebut akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi tingkat keamanan data nasabah pengguna *BSI mobile* maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan mengetahui kemudahan akses, keamanan sistem dan kepuasan nasabah menggunakan *mobile banking* yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah maka Bank Syariah Indonesia dapat merumuskan strategi yang tepat dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumennya. Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam mewujudkan loyalitas nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan-balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu sendiri, apakah mereka puas dengan pelayanan-pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank dapat memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah.¹⁸

Sebelumnya peneliti sudah melakukan pra reset kepada mahasiswa IAIN Ponorogo terkait dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, setelah peneliti melakukan observasi terkait populasi dan sampel untuk mahasiswa IAIN Ponorogo mayoritas pengguna *BSI mobile* dari fakultas FEBI, hal ini dikarenakan untuk mahasiswa FEBI terdapat mata kuliah yang mewajibkan untuk membuka rekening *BSI* dan ketika magang atau praktikum juga diwajibkan untuk memiliki *BSI mobile*. Untuk fakultas lain hanya terdapat beberapa dari jumlah mahasiswa yang menggunakan *BSI mobile*. Selain itu juga dari hasil observasi menyatakan bahwa alasan mahasiswa menggunakan *BSI mobile* tersebut karena menurut mahasiswa sesuai dengan pengalamannya dalam menggunakan *BSI mobile* lebih mudah dan praktis dan yang menjadi pembeda antara *BSI mobile* dengan *m-banking* bank lain yaitu pada *BSI mobile* ini menyediakan banyak sekali

¹⁸ Khusniati Rofiah, 'The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid al-Sharia', *Juticia Islamica*, 18 (2021), p.322

fitur yang sangat membantu untuk kebutuhan semua nasabahnya yang bank lain belum pasti memilikinya, seperti fitur layanan islami yang didalamnya menampilkan layanan pengingat waktu shalat dan arah kiblat, asmaul husna dan belajar tentang keuangan berbasis syariah. Selain itu juga terdapat layanan berbagi untuk menyalurkan infaq, wakaf dan zakat secara online. Melihat hasil dari observasi yang telah peneliti lakukan, maka peneliti mengambil sampel pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dengan alasan seperti yang telah peneliti paparkan di atas.

Berdasarkan penelitian di atas yang mengemukakan hasil yang berbeda, hal ini mendorong peneliti untuk mengkaji lebih mendalam lagi adakah pengaruh antara kepuasan, kemudahan akses, keamanan terhadap loyalitas nasabah yaitu mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Dari persoalan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul: **“Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah kemudahan akses dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan?
5. Apakah keamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah penulis uraikan diatas maka dapat diketahui tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk menguji dan menganalisis kemudahan akses dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menguji dan menganalisis kepuasan kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan.
5. Untuk menguji dan menganalisis keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan menjadi referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya serta memperkuat penelitian dengan objek yang berbeda sehingga dapat dijadikan sebagai acuan pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan wawasan pada sektor perbankan khususnya perbankan syariah
- b. Sebagai baham acuan di masa yang akan datang bagi pihak bank untuk mengetahui faktor mana saja yang paling mendominasi dari faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu berisi pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua berisi uraian tentang landasan teori dan kajian pustaka yang relevan dengan tema penelitian, serta berisi kerangka berpikir dan pengajuan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisi metode penelitian yang terdiri dari rancangan penelitian, variabel penelitian dan operasional penelitian, penentuan lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V PENUTUP

Bab lima berisi kesimpulan dan saran-saran yang berfungsi mempermudah para pembaca dalam mengambil inti dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Loyalitas

a. Definisi loyalitas

Menurut Kotler dan Keller dalam penelitian Rima Putri Yanti mendefinisikan loyalitas sebagai ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu produk.¹ Loyalitas merupakan inti dari gagasan pokok dari sebuah pemasaran, karena hal ini merupakan suatu ukuran keterikatan seorang konsumen pada sebuah produk atau merek. Apabila loyalitas nasabah meningkat maka kerentanan kelompok konsumen dari serangan kompetitor dapat diminimalisir.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko dan pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang positif.² Menurut Mamang Sangadji dalam penelitian Riska Retno Fauziati loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.³

Loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai respon yang terkait erat dengan janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang

¹ Rima Putri Yanti, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Jambi Sungai Bahar", *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, Volume 2, No.1 (2022), 10–18.

² Nirawati Lia dan Desi Wahyuningsih, "Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana", *Jurnal JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 7, No.3, (2022).

³ R R Fauziati, "Pengaruh Customer Value, Customer Satisfaction Dan Interaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Safindra Skin Clinic Purwokerto)", Skripsi (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), 4.

sama. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Menurut Griffin dalam penelitian Serly Hesti Erawati loyalitas pelanggan adalah wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.⁴

Dari uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas merupakan ukuran kedekatan dan kesetiaan pelanggan pada sebuah produk atau jasa yang telah dibeli dan dikonsumsi. Kesetiaan pelanggan yang ditunjukkan dengan adanya pembelian berulang-ulang dan komitmen yang kuat untuk membeli produk yang dibutuhkan walaupun ada kesempatan untuk berpindah, sehingga akan tercipta hubungan jangka panjang.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas

Dalam upaya membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah:⁵

- 1) Kepuasan (*Satisfaction*)
- 2) Perilaku kebiasaan (*Habitual Behavior*)
- 3) Komitmen (*Commitment*)
- 4) Kesukaan produk (*Linking Of The Brand*)
- 5) Biaya pengalihan (*Switching Cost*)

⁴ Sherly Hesti Erawati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce", *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Volume 17, No.2 (2020).

⁵ *Ibid.*

Selain itu menurut Robinette dalam penelitian Chsunul Hajijah Murni menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:⁶

1. Perhatian (*Caring*), perusahaan harus senantiasa memberikan perhatian kepada pelanggan terkait dengan apa yang sedang di alami. Dengan adanya perhatian dari pihak perusahaan maka nasabah akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan cenderung akan menimbulkan sikap loyal terhadap produk atau jasa yang digunakan.
2. Kepercayaan (*Trust*), kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah, hubungan perusahaan dan pelanggan tercermin dari tingkat kepercayaan (*trust*) para pelanggan. Apabila tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan menjadi kuat. Salah satu cara untuk dapat dilakukan perusahaan dalam membina hubungan dengan pelanggan, yaitu segala jenis produk yang dihasilkan perusahaan harus memiliki kualitas atau kesempurnaan seperti yang seharusnya atau sebagaimana dijanjikan, sehingga pelanggan tidak terasa tertipu, yang mana hal ini dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke produk pesaing.
3. Perlindungan (*length of patronage*), perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan, complain ataupun penjual. Dengan demikian, pelanggan tidak khawatir perusahaan dalam melakukan transaksi dan berhubungan dengan perusahaan,

⁶ Chsunul Hajijah Murni, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee", Skripsi (Ponorogo:IAIN Ponorogo, 2020).

karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan

4. Kepuasan akumulatif (*overall satisfaction*), kepuasan akumulatif adalah keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap sikap agen dan kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan segala transaksi dengan perusahaan, sehingga dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan fungsi dan kegunaan dari segala fasilitas dan sumber daya yang dimiliki agar pelanggan dapat memanfaatkannya kapan saja dan dimana saja.

Selain itu terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas Menurut Zikmund dalam Nor Asmi loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor yaitu :⁷

- a. *Satisfaction* (kepuasan)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

- b. *Emotional bonding* (ikatan emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut.

⁷ Mardatillah Nor Asmi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Naem 555 Cuci", *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, Volume7, No.2 (2021), 36-63.

c. *Trust* (kepercayaan)

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan tau menjalankan sebuah fungsi.

d. *Choice reduction and habit* (kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

e. *History with company* (pengalaman dengan perusahaan)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan yang didasari perspektif sikap dipengaruhi oleh ketiga faktor pertama, sedangkan loyalitas yang didasari perspektif perilaku dipengaruhi oleh kedua hal lainnya.

f. Indikator loyalitas

Loyalitas diukur dengan indikator sebagai berikut menurut Kotler dan Keller:⁸

1. *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk).
2. *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan).

⁸ Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta:Erlangga,2012),57.

3. *Referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

g. Tingkatan loyalitas

Terdapat empat tingkatan loyalitas yaitu diantaranya:⁹

1) Tanpa Loyalitas

Untuk berbagai macam alasan, beberapa pelanggan tidak menerapkan sifat loyalitas pada suatu produk barang atau jasa. Para pelaku bisnis hendaknya menghindari pelanggan ini untuk menjadi target mereka tidak akan menjadi loyal, serta sedikit berpengaruh terhadap tingkat penjualan dan keuntungan bisnis perusahaan.

2) Loyalitas Tersembunyi

Pada tahap ini dalam melakukan pembelian mereka cenderung untuk lebih situasional dari pada *attitude*. Dengan memahami faktor situasional, pihak pelaku bisnis dapat melakukan diversifikasi produk untuk memerangi situasi ini dan memberikan tingkat kepuasan kepada tamu, dengan harapan mampu meningkatkan pelanggan dalam melakukan pembelian berulang.

3) Loyalitas Lemah

Pelanggan pada tipe ini melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa hanya dikarenakan kebiasaan mereka. Pelanggan dengan tipe ini sangat mudah untuk berpaling kepada pesaing apabila mereka melihat kelebihan pesaing secara nyata.

4) Loyalitas Premium

Loyalitas premium merupakan tipe loyalitas yang diinginkan atau diharapkan oleh setiap perusahaan. Pelanggan pada kategori ini bangga terhadap produk yang mereka gunakan dan

⁹ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta:Erlangga, 2005), 22-23.

tidak segan-segan menghimbau orang-orang yang ada disekitarnya untuk membeli produk tersebut. Pelanggan ini adalah yang paling berharga yang harus dipertahankan kebutuhannya oleh perusahaan karena memberikan keuntungan dalam melakukan usaha promosi.

2. Kepuasan

a. Definisi kepuasan

Beberapa ahli berpendapat terkait dengan definisi kepuasan nasabah, diantaranya yaitu menurut pendapat Kotler dan Keller dalam penelitian Rachmawati dan Bayu Arie, kepuasan nasabah adalah suatu rasa senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan ekspektasi mereka.¹⁰ Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan harapan produk layanan atau layanan dengan kinerja.¹¹ Jika suatu nasabah keinginannya tercapai dan mendapatkan kinerja yang baik dari pihak bank maka nasabah akan merasa puas dan sebaliknya apabila nasabah mendapat kinerja yang buruk dan keinginannya tidak tercapai maka akan merasa kecewa dan tidak puas dengan kinerja tersebut.

Menurut Nuralam dalam penelitian Chusnah, Khairunnisa Tri Indriana, kepuasan merupakan evaluasi terhadap ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan.¹² Sedangkan menurut pendapat Love lock dalam penelitian Dr Meithiana Indrasari berpendapat bahwa kepuasan merupakan suatu kondisi emosional,

¹⁰ Charissa Kezia Rachmawati dan Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Volume 7, No.6 (2020), 1118-1127.

¹¹ Shinta Maharani, "Customer Satisfaction and Sharia Service Quality at Surya Mart Ponorogo: Case Study From Indonesia", *EJIF: European Journal of Islamic Finance*, 17 (2021).

¹² Khairunnisa Tri Indriana Chusnah, "Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech", *KINERJA: Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 3, No.1 (2020), 114.

reaksi yang terjadi setelah pembelian yang berupa rasa marah, tidak puas, jengkel, netral, bahagia atau senang.¹³

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah suatu tindakan senang atau rasa puas yang dimiliki oleh nasabah setelah kebutuhan dan keinginannya terpenuhi secara baik dan benar. Kepuasan nasabah akan muncul atau timbul setelah nasabah melihat hasil evaluasi penilaian dari produk yang ia gunakan atau hasil kinerja dari pihak yang bersangkutan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

Terdapat lima faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan kepuasan konsumen, diantaranya:¹⁴

- 1) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila suatu produk memiliki kualitas yang tinggi.
- 2) Kualitas layanan *mobile banking* atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa senang dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- 5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

¹³ Dr Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Jawa Timur:Unitomo Press, 2019, 84).

¹⁴ Lupiyoadi Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua* (Jakarta:Salemba Empat, 2006),77.

c. Indikator kepuasan

Kepuasan nasabah adalah pendapat responden mengenai perasaan tingkat kepuasan yang dialaminya dalam penggunaan *mobile banking*. Menurut Kotler dan Keller indikator dari kepuasan adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Kesesuaian Harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan
2. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga.

3. Kemudahan Akses

a. Definisi kemudahan akses

Kemudahan akses adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah tanpa membutuhkan banyak usaha.¹⁶ Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Variabel kemudahan penggunaan teknologi *mobile banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan di mana seseorang berpikir bahwa penggunaan layanan *mobile banking* tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari dan digunakan.

Sedangkan menurut pendapat Davis dalam penelitian Siti Munfaqiroh menyatakan bahwa kemudahan didefinisikan sebagai

¹⁵ Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Erlangga, 2016).

¹⁶ Reni Kristiani Podengge and Haryani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang", *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, Volume 1, No.2 (2023), 70–89.

tingkat harapan terhadap tingkat usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sesuatu.¹⁷ Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Selain minat penggunaan, loyalitas orang tersebut mengenai kebermanfaatan teknologi juga akan menjadi semakin baik.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila para nasabah beranggapan *e-banking* mudah dipelajari, maka layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh nasabah. Apabila para nasabah beranggapan bahwa *e-banking* mudah dipahami, sederhana dan mudah pengoperasiannya, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan, mereka merasa bahwa pekerjaan yang diinginkan akan lebih mudah, maka *mobile banking* akan sering digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha, sehingga menimbulkan rasa loyal nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

b. Indikator kemudahan akses

Berdasarkan pendapat Davis dalam penelitian Siti Munfaqirah menyatakan bahwa indikator kemudahan akses adalah sebagai berikut:¹⁸

- 1) Mudah dipelajari (*easy to learn*), suatu *mobile banking* dapat dikatakan mudah apabila isi dan tata cara penggunaan dari aplikasi tersebut mudah untuk dipahami dan dipelajari.
- 2) Dapat dikontrol (*controllable*)

¹⁷ Siti Munfaqiroh dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", Volume 15, No.1 (2022), 122–32.

¹⁸ *Ibid*

- 3) Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*)
- 4) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*)
- 5) Mudah digunakan (*easy to use*), dikatakan mudah apabila *mobile banking* tersebut mudah digunakan dimana saja dan kapan saja tanpa melihat faktor lain yang menghambat.

4. Keamanan

a. Definisi keamanan

Keamanan adalah suatu kondisi atau keadaan yang aman dan terbebas dari adanya bahaya. Keamanan dalam informasi diartikan sebagai penjagaan informasi dari seluruh ancaman yang mungkin terjadi dalam upaya untuk memastikan atau menjamin kelangsungan bisnis, meminimasi resiko bisnis dan memaksimalkan atau mempercepat pengembalian investasi dan peluang bisnis.¹⁹

Menurut Gumesson & Lovelock dalam penelitian Baiq Hilwiyatul Ahla, *security* atau keamanan diartikan sebagai jaminan kerahasiaan data transaksi dan data nasabah yang menghasilkan kepuasan atas jaminan keamanan dalam penggunaan *mobile banking*.²⁰ Dalam konteks *mobile banking* Islam, ada beberapa perbedaan dari bank konvensional, di mana keamanan harus tertanam dalam data privasi dan mengikuti prinsip Syariah serta beberapa amalan Islam seperti menghindari gharar dan riba.

Keamanan adalah kemampuan suatu sistem untuk mencegah ilegal atau tidak tepat penggunaan datanya dan untuk mencegah penjahat *cyber* dan peretas. Dalam transaksi perbankan, keamanan merupakan hal utama yang diperhatikan nasabah saat

¹⁹ Riyanto Sarno dan Iffano Irsyat, *Sistem Manajemen Keamanan Informasi* (Surabaya:ITS Press, 2009).

²⁰ Baiq Hilwiyatul Ahla, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022).

mempercayakan penyimpanan dananya. Jika suatu aplikasi *mobile banking* dapat menjamin keamanan data maupun transaksi perbankan maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Rasa aman dapat diartikan saat nasabah merasa aman ketika menggunakan *mobile banking* seperti kebocoran dari *user id* dan password pengguna *mobile banking*. Kejujuran disini adalah bank menyelenggarakan transaksi *mobile banking* yang jujur, sedangkan terkait dengan penggunaan informasi personal, bank tidak menyalahgunakan informasi personal nasabah.

b. Indikator keamanan

Keamanan adalah pendapat nasabah mengenai resiko ancaman gangguan *mobile banking* dan upaya bank meningkatkan keamanan layanan *mobile banking*, yang meliputi beberapa indikator menurut Mulyana adalah sebagai berikut.²¹

1) Jaminan keamanan

Jaminan Keamanan adalah adanya perlindungan yang tepat terhadap teknologi informasi. Jaminan keamanan tersebut bisa berupa perlindungan yang diberikan oleh pihak bank, baik dari segi keamanan yang sudah disediakan dalam aplikasi *mobile banking*, maupun keamanan nasabah dalam bertransaksi langsung di bank. maupun jaminan keamanan lainnya untuk menghindari ancaman pihak yang tidak bertanggung jawab. Jaminan keamanan dapat dicapai melalui aktivitas penerapan sesuai kontrol. Kontrol yang dimaksud adalah penerapan berbagai kebijakan, fungsi tertentu, prosedur, struktur dan praktek.

2) Kerahasiaan data.

Kerahasiaan data (*data confidentiality*) merupakan sifat data yang menyatakan bahwa data tersebut tidak boleh diketahui

²¹ Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (2014), 30.

atau diakses oleh pihak lain yang tidak berwenang untuk mengakses atau mengetahuinya.

c. Prinsip Keamanan

Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*Cheating*) atau, paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.²² Ketika perusahaan-perusahaan di sektor perbankan menawarkan layanan *mobile banking*. Keamanan dan kerahasiaan informasi nasabah merupakan hal utama yang harus diperhatikan. Klasifikasi keamanan berdasarkan elemen sistem dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

- 1) Keamanan jaringan (*Network security*): fokus kepada saluran (media) pembawa informasi.
- 2) Keamanan komputer (*Computer security*): fokus kepada keamanan dari komputer termasuk operating system (OS).
- 3) Keamanan aplikasi (*Application security*): fokus pada aplikasi yang digunakan, termasuk didalamnya adalah database.

Berdasarkan beberapa uraian mengenai keamanan, dalam halnya *security sistem* dalam *mobile banking* dinilai sebagai kemampuan pihak bank untuk memberikan informasi yang akurat, menjaga kerahasiaan data personal nasabah dan melindungi segala transaksi yang dilakukan agar selalu aman dan terbebas dari penyalahgunaan pihak yang tidak bertanggung jawab.

B. Studi penelitian terdahulu

²² Budi Rahardjo, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet Versi 2* (Bandung:PT Insan Indonesia, 2017), 2.

Studi penelitian terdahulu pada penelitian ini berisi tentang beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian terdahulu masih berkaitan dengan penelitian yang akan dibuat, penelitian ini didapat dari beberapa jurnal, artikel dan juga skripsi dengan jangka waktu penelitian lima tahun kebelakang

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Rizka Amalia, Maulida Nurhidayati. ²³	Pengaruh Pengalaman Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mie Gacoan Ponorogo	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Variabel pengalaman pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Mie Gacoan Ponorogo. Dan variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas di Mie Gacoan.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait dengan variabel kepuasan dan variabel loyalitas.	Sedangkan perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel X yaitu pengalaman dan kepuasan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan tiga variabel X yaitu, kepuasan, kemudahan akses dan keamanan, untuk objek yang peneliti gunakan juga berbeda.
2	Dian Fateekha Lireeh, Moh. Faizin ²⁴	Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan Kemudahan Akses Aplikasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tiktok affiliate marketing	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait variabel	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut hanya menggunakan dua

²³ Rizka Amalia, Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Pengalaman dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mie Gacoan Ponorogo", Jurnal: Journal Of Economics And Business Research Vol 3, No.2 (2023)

²⁴ Dian Fateekha Lireeh, Moh. Faizin, "Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan Kemudahan Akses Aplikasi Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo)", Jurnal: Journal Of Economics And Business Research Vol 3, No.2.

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo)	dan kemudahan akses aplikasi memiliki pengaruh sebesar 57%, sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor lain.	kemudahan akses.	variabel X sedangkann penelitian yang peneliti lakukan yaitu menggunakan tiga variabel X.
3	Grace Mulya Setiabudi ²⁵	Dampak Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Elektronik Bca Terhadap Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Namun, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Meskipun demikian, studi ini menyatakan bahwa BCA telah sukses membentuk loyalitas nasabah seperti ketersediaan untuk merekomendasikan BCA ke orang lain, tidak mau beralih dan membuka rekening di bank lain, hingga ketersediaan nasabah untuk senantiasa memakai layanan perbankan elektronik BCA.	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas variabel loyalitas dan kepuasan	perbedaannya yaitu selain membahas variabel kepuasan dan loyalitas pada penelitian tersebut juga membahas variabel kepercayaan.
4	Fiqri Satria ²⁶	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas	Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan tidak	Persamaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel kepuasan	Perbedaannya yaitu selain membahas variabel kepuasan dan loyalitas

²⁵ Grace Mulya Setiabudi, "Dampak Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Layanan Perbankan Elektronik Bca Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal: Manajemen Dan Organisasi*, Volume 14, No.2 (2023).

²⁶ Satria Fikri dan Diah Astarini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah", *Jurnal: Ekonomi Trisaksi* Vol 3, No1 (2023).

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel mediasi. Pada model satu terdapat pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Loyalty</i> dan tidak signifikan pada model dua memenuhi syarat c secara full mediasi, terdapat pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> , terdapat pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Loyalty</i> terpenuhi pada model dua.	dan loyalitas	penelitian tersebut juga membahas variabel kualitas pelayanan, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan membahas variabel kemudahan.
5	Wahyu Intan Isnaini dan	Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	Persamaan penelitian tersebut	Perbedaan dari penelitian tersebut

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Budi Istiyanto ²⁷	Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay	kemudahan akses, fitur aplikasi, dan strategi promosi secara signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan ShopeePay, dengan koefisien determinasi sebesar 68,8%. Selain itu, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel.	yaitu sama-sama membahas variabel kemudahan	dengan penelitian ini yaitu penelitian tersebut juga membahas variabel promosi dan fitur aplikasi.
6	Fi'ina Dwijulianti ²⁸	Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Data, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile JKN	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>e-service quality</i> , <i>e-trust</i> , kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, keamanan data, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan peserta. Pengaruh <i>e-service quality</i> , <i>e-trust</i> , kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, keamanan data, dan persepsi manfaat berpengaruh secara simultan terhadap	Persamaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel keamanan, kemudahan dan kepuasan nasabah	Perbedaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel kelengkapan fitur, <i>e-service quality</i> , <i>e-trust</i> dan persepsi manfaat.

²⁷ Wahyu Intan Isnaini and Budi Istiyanto, "Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay", *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, Volume 1, No.2 (2023),56 -239.

²⁸ Fi'ina Dwijulianti, Dr. Nova Angrainie, SE, "Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Data, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Jkn", *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Volume 2, No.5 (2023), 1–14.

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			kepuasan peserta.		
7	Aulia Septiana Shafira ²⁹	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang.	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa keamanan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo, namun kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan BRImo.	Persamaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel kemudahan, keamanan dan kepuasan nasabah	Perbedaan penelitian tersebut yaitu dalam penelitian ini tidak membahas variabel loyalitas.
8	Rina Susilowati ³⁰	Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Citraland Semarang.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas <i>e banking</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>easy to use</i> . kualitas <i>e banking</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>fulfillment</i> . kualitas <i>e banking</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>trust</i> . <i>easy to use</i> memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan	Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas variabel kemudahan	Perbedaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel manfaat, kepercayaan dengan variabel minat sebagai variabel Y

²⁹ Aulia Septiana Shafira, Aris Sunindyo, dan Septian Yudha Kusuma, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang", *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, Volume 1, No.2 (2023), 62–74.

³⁰ Rina Susilowati, "Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Citraland Semarang" Skripsi (Semarang:Universitas Islam Sultan Agung, 2023).

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			terhadap <i>trust</i> . <i>Fulfillment</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat <i>trust</i> . <i>Trust</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan berpengaruh minat transaksi.		
9	Adisa Nurhanifa ³¹	Pengaruh Kemudahan Penggunaan (Usability) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna Bri Mobile (Brimo) Di Bandar Lampung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan masing-masing memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas dan terdapat pengaruh tidak langsung antara kegunaan dan loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan.	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas terkait variabel kemudahan dan kepuasan nasabah	Perbedaannya yaitu pada penelitian ini tidak membahas terkait variabel keamanan.
10	M. Irwan Rifa'I ³²	Pengaruh Ikatan Emosi, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Btn Syariah Banjarmasin	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial ikatan emosi, kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Banjarmasin. Ikatan emosi, kepercayaan dan kepuasan nasabah	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas variabel kepuasan dan loyalitas nasabah	Perbedaan penelitian tersebut yaitu membahas variabel ikatan emosi dan kepercayaan.

³¹ Adisa Nurhanifa, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan (Usability) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna BRI Mobile (Brimo) Di Bandar Lampung", Skripsi (Bandar Lampung: Universitas Lampung), 2023.

³² M. Irwan Rifa'I, "Pengaruh Ikatan Emosi, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Btn Syariah Banjarmasin", Skripsi (Universitas Negeri Islam Antasari, 2023).

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Banjarmasin.		
11	Yayan Sudaryana ³³	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT. Bank Nagari	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah. Selain itu juga ditemukan bahwa keberadaan variabel kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan pada pengaruh antara religiusitas terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah tidak menimbulkan efek mediasi.	Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas variabel kepuasan dan loyalitas nasabah	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut tidak membahas variabel kemudahan dan keamanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah .

³³ Yayan Sudaryana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang", *Journal of Management Review*, Volume 4, No.1 (2020), 447–55.

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
12	Rezki Arianty Akob ³⁴	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bumn Di Makasar	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mereka. Selanjutnya, kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah.	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas loyalitas dan kepuasan nasabah	Perbedaannya yaitu penelitian tersebut hanya membahas variabel kualitas layanan saja.
13	Siti Munfaqiroh ³⁵	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh <i>Service Quality</i> yang diberikan <i>Jenius Mobile</i> terhadap loyalitas pelanggan, tetapi ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan terhadap	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan	Perbedaan dalam penelitian tersebut yaitu penelitian ini hanya membahas variabel kualitas pelayanan.

³⁴ Rezki Arianty Akob, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Bumn Di Makasar", Jurnal: Manajemen, Koperasi dan Interpreneurship Vol.11, No.2, (2022).

³⁵ Siti Munfaqiroh dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", Volume 15, No.1 (2022), 122-32.

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			Loyalitas Pelanggan. Kemudian tidak ada pengaruh <i>Ease</i> terhadap loyalitas pelanggan, tetapi ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak ada pengaruh melalui kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.		
14	Sri Ismulyaty ³⁶	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo, kedua Terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo, ketiga Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan	Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas variabel kepuasan nasabah dan loyalitas	Perbedaan penelitian ini yaitu hanya membahas variabel kualitas layanan.

³⁶ Sri Ismulyaty, Nurmaini, and May Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)", *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, Volume 8, No.1 (2022), 66–75.

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kalirejo		
15	Margaretha Ardhanari ³⁷	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas variabel kepuasan dan loyalitas	Perbedaan penelitian tersebut yaitu hanya membahas variabel kepercayaan tidak dengan variabel kemudahan dan keamanan.
16	Muhammad Agus Supriyanto ³⁸	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Pasuruan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menggunakan religiusitas sebagai variabel moderasi, kualitas layanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap	Persamaan penelitian tersebut yaitu membahas tentang variabel kepuasan	Perbedaannya yaitu pada penelitian tersebut membahas tentang kualitas pelayanan.

³⁷ Margaretha Ardhanari, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia', *Jurnal: Istiqro*, 8.1 (2022).

³⁸ Muhammad Agus Supriyanto, 'Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Pasuruan' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022).

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			loyalitas nasabah.		
17	Sutiyem dan Tika Arinda Fitri ³⁹	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Persamaan penelitian tersebut yaitu sama-sama membahas variabel loyalitas nasabah.	Perbedaannya yaitu penelitian ini hanya membahas variabel kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen tidak dengan variabel kemudahan, keamanan dan kepuasan nasabah.

C. Kerangka berpikir

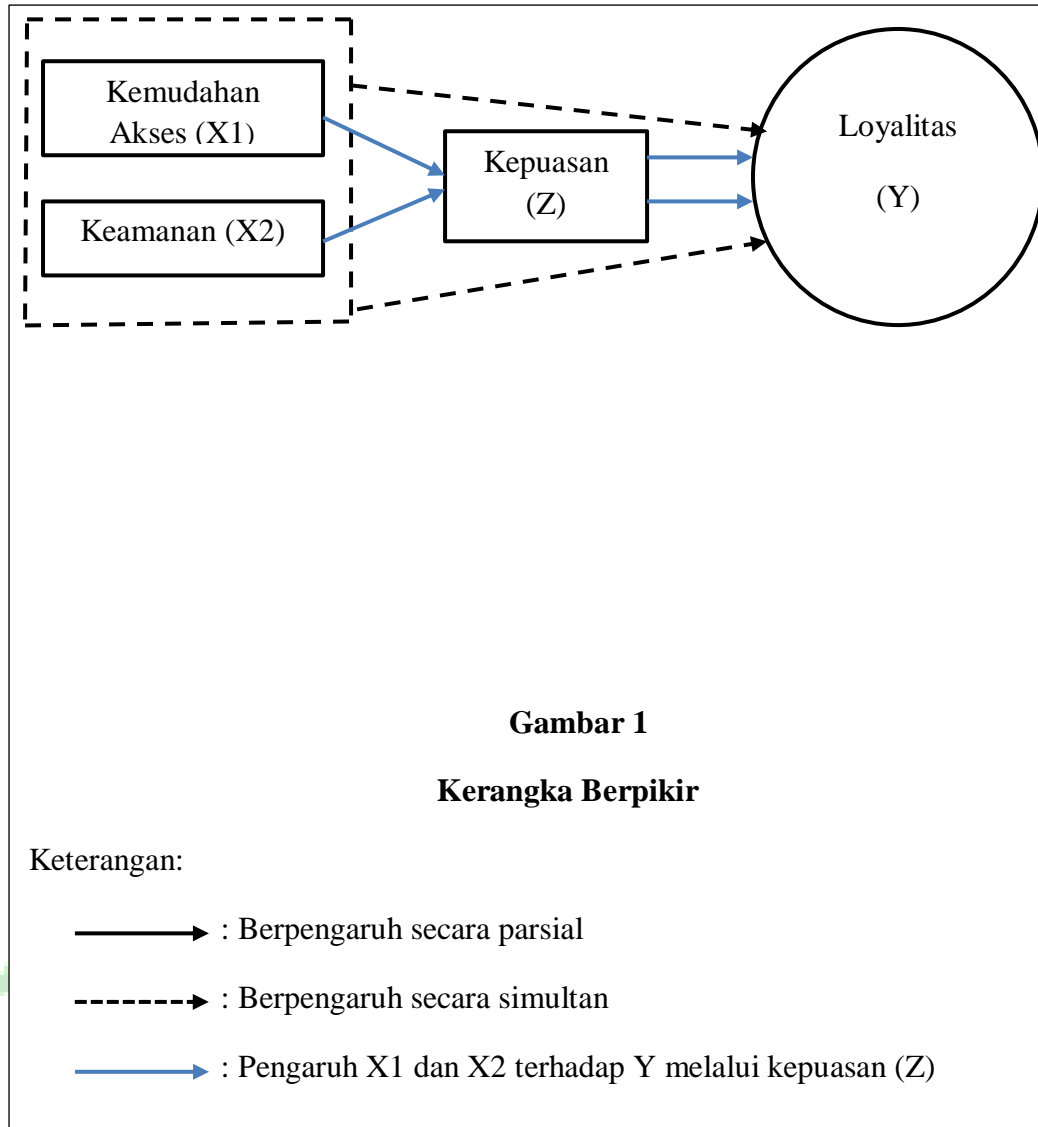
Kerangka berpikir merupakan dasar pemikiran dari penelitian yang disusun dari dasar fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen yang ingin diteliti yaitu tiga variabel yang terdiri dari kemudahan akses (X_1) dan keamanan (X_2) sedangkan kepuasan (Z). Variabel dependen yang diteliti adalah loyalitas (Y). Adapun kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut:



 IAIN

 PONOROGO

³⁹ Sutiyem Sutiyem and Tika Arinda Fitri, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang.", *Jurnal Pundi*, Vol 5, No.3 (2022), 351.



D. Hipotesis

Hipotesis berarti dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu permasalahan penelitian. Hipotesis merupakan prediksi mengenai kemungkinan hasil dari suatu penelitian. Hipotesis penelitian memberikan

kerangka kerja untuk laporan hasil penelitian, dan pembuatan interpretasi data.⁴⁰

1. Pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah

Kemudahan akses adalah kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan sistem tertentu maka akan bebas dari upaya.⁴¹ Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.

Hubungan antara kemudahan dengan loyalitas nasabah yaitu jika nasabah mendapatkan kemudahan transaksi, maka nasabah akan cenderung loyal pada perusahaan, ketika suatu Bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakannya yang akan menimbulkan kepuasan dan loyalitas nasabah.⁴²

Berdasarkan landasan teori dan hubungan antar variabel seperti yang dipaparkan diatas maka hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ha₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

2. Pengaruh keamanan terhadap loyalitas nasabah

Keamanan adalah suatu kondisi atau keadaan yang aman dan terbebas dari adanya bahaya. Keamanan dalam informasi diartikan

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016),64.

⁴¹ Reni Kristiani Podengge. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang” *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, Vol.1, No.2 (2023), 70-89.

⁴² Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta:Andy, 2009).

sebagai penjagaan informasi dari seluruh ancaman yang mungkin terjadi dalam upaya untuk memastikan atau menjamin kelangsungan bisnis, meminimasi resiko bisnis dan memaksimalkan atau mempercepat pengembalian investasi dan peluang bisnis.⁴³

Hubungan antara keamanan dengan loyalitas nasabah adalah semakin tinggi tingkat keamanan maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah. Keamanan akan membantu membentuk hubungan nasabah dengan perusahaan, yang kemudian akan membentuk perspektif sikap dan loyalitas nasabah.

Berdasarkan paparan teori dan hubungan antar variabel diatas maka hipotesis penelitian ini adalah:

Ha₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan pada keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

3. Pengaruh kemudahan akses dan keamanan secara simultan terhadap loyalitas nasabah

Kemudahan akses dan keamanan yang baik akan membantu membentuk hubungan nasabah dengan perusahaan, yang kemudian akan membentuk perspektif sikap dan loyalitas nasabah. Konsumen yang mudah mengakses produk dan melakukan transaksi dengan cepat dan aman akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi nasabah yang loyal.

Berdasarkan paparan dan hubungan antar variabel diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

⁴³ Irsyat Iffano dan Riyanto Sarno, *Sistem Manajemen Keamanan Informasi*, (Surabaya:ITS Press, 2009).

Ha₃ : Terdapat pengaruh secara simultan antara kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Ho₃ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

4. Pengaruh kemudahan akses 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. Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H04: kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Ha4: Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

5. 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.

Dari hasil penelitian tersebut, hipotesis yang dipakai yaitu sebagai berikut:

H05 : keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Ha9 : keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Rancangan penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena dengan pendekatan ini mampu menguji teori, menunjukkan antar variabel, dan juga dapat meramalkan dari hasil data penelitian yang dilakukan. Pada penelitian kuantitatif data yang diperoleh berupa angka-angka yang kemudian akan dinalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif.¹ Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Metode ini dilakukan melalui serangkaian proses, dimulai dari proses pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah sampel penelitian (mahasiswa IAIN Ponorogo), kemudian menganalisis data yang telah dikumpulkan dan disajikan dalam bentuk skripsi.

2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah simbol, ciri, atau nilai dari individu, objek, atau aktivitas yang mempunyai modifikasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

1. Variabel independen atau variabel bebas

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi alasan perubahan atau

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung Alfabeta, 2005), 7

munculnya variabel dependen. Pada riset ini yang selaku variabel independen atau variabel bebas adalah Kepuasan, Kemudahan Akses dan Keamanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia

2. Variabel dependen atau variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau mempunyai pengaruh sehingga timbul variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia.

b. Definisi operasional

Definisi operasional adalah definisi yang diberikan kepada variabel penelitian dengan memberikan makna, menggambarkan kegiatan tertentu, atau memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel penelitian.² Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Loyalitas (Y)	Loyalitas merupakan ukuran kedekatan dan kesetiaan pelanggan pada sebuah produk atau jasa yang telah dibeli dan dikonsumsi. ³	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat Purchase</i> (kesetiaan terhadap pembelian produk). 2. <i>Retention</i> (ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan). 3. <i>Referalls</i> (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).
Kemudahan akses (X1)	Kemudahan akses merupakan suatu keyakinan tentang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>) 2. Dapat dikontrol (<i>controllabl</i>) 3. Jelas dan dapat dipahami (<i>clear</i>)

² Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian* (Ghalia Indonesia, 2005).

³ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi12* (Jakarta:Erlangga,2012).

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
	proses pengambilan keputusan. ⁴	<i>and understandable</i> 4. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skillful</i>) 5. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)
Keamanan (X2)	Keamanan diartikan sebagai jaminan kerahasiaan data transaksi dan data nasabah yang menghasilkan kepuasan atas jaminan keamanan dalam penggunaan sistem. ⁵	1. Jaminan Keamanan 2. Kerahasiaan Data
Kepuasan (Z)	Kepuasan adalah suatu tindakan senang atau rasa puas yang dimiliki oleh nasabah setelah kebutuhan dan keinginannya terpenuhi secara baik dan benar. ⁶	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan

⁴ Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", Jurnal: Manajemen Dirgantara Vol. 15, No. 1,(2022).

⁵ Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 2014

⁶ Kotler Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga,2016)

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjuk pada pengertian lokasi sosial yang dicirikan oleh adanya tiga unsur yaitu pelaku, tempat dan kegiatan yang dapat diobservasi.¹ Adapun yang menjadi lokasi penelitian pada penelitian ini adalah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

4. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang memuat: objek/subyek yang mempunyai kuantitas atau spesifikasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti sehingga dapat dipahami dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2020-2023

Tabel 3.2

Jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo

No	Tahun Angkatan	Jumlah
1	2020	493
2	2021	530
3	2022	476
4	2023	464
Jumlah		1.963

Data diperoleh dari Akademik FEBI IAIN Ponorogo

b. Sampel

Sampel adalah unsur dari beberapa karakteristik yang dimiliki suatu populasi. Apabila populasinya banyak, namun peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi, misalnya karena keterbatasan anggaran, tenaga, dan durasi, maka peneliti dapat

¹ Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif* (Bandung:Tarsito, 2003),43.

menggunakan sampel yang diteliti dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dalam sampel, hasilnya akan diterapkan pada populasi. Jadi sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).

Metode pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini yakni teknik *probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pemungutan sampel yang memberikan kesempatan yang serupa untuk tiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel.² Pada penelitian ini metode sampling yang dipakai yakni teknik *proporsional random sampling*. Teknik *proporsional random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang membagi populasi menjadi strata atau tingkatan, memilih sampel acak pada setiap tingkatan dan menggabungkannya untuk memperoleh populasi. Dalam memutuskan besaran sampel, peneliti memakai rumus *proporsional random sampling* menurut Sugiyono dalam Nurwulandari Purnamasari untuk mematok besaran sampel yang dibutuhkan pada riset.³ Pada penelitian ini juga menggunakan rumus *Slovin* untuk mendapatkan jumlah sampel yang representative agar hasil penelitian dapat di generalisasikan dan penghitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan penghitungan sederhana. Penentuan sampel pada fakultas FEBI IAIN Ponorogo dilakukan dengan menggunakan rumus slovin karena terdapat empat angkatan yang akan di gunakan sebagai sampel pada populasi fakultas FEBI IAIN Ponorogo ini, maka dari masing-masing tingkatan akan diambil beberapa sampel mahasiswa sesuai dengan

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2019, Bandung : Alfabeta h. 129.

³ Nurwulandari Purnamasari, 'Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Dalam Belajar Terhadap Pencapaian Prestasi Hasil Belajar Siswa' (Universitas Pasundan Bandung, 2018).

jumlah mahasiswa di Fakultas FEBI dengan taraf kesalahan 5% akan dijelaskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran Sampel

E = Prosentase (%), toleransi ketidaktelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.963}{1 + 1.963 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{1.963}{5,9075}$$

$$= 332,28$$

Dari hasil tersebut adalah 332,28 maka dibulatkan menjadi 332 responden. Kemudian dilakukan penentuan jumlah sampel pada masing-masing tingkatan populasi mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dengan penghitungan sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \cdot n$$

Keterangan:

n_1 = Jumlah sampel menurut strata/tingkatan

n = Jumlah sampel keseluruhan

N = Jumlah populasi menurut strata/tingkatan

N_1 = Jumlah populasi

$$2020 = n_1 = \frac{493}{1.963} \times 332 = 83,38 \text{ (dibulatkan 83)}$$

$$2021 = n_2 = \frac{530}{1.963} \times 332 = 89,63 \text{ (dibulatkan 90)}$$

$$2022 = n_3 = \frac{476}{1.963} \times 332 = 80,5 \text{ (dibulatkan 81)}$$

$$2023 = n_4 = \frac{464}{1.963} \times 332 = 78,47 \text{ (dibulatkan 78)}$$

Jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah $83+90+81+78= 332$ sampel yang diambil dari tahun angkatan 2020-2023 mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo.

5. Jenis dan sumber data

Dalam proses pengumpulan data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data yang terbelah dua, yakni data primer serta data sekunder ;

a. Data primer

Data primer adalah jenis data yang sumbernya diperoleh langsung dari peneliti (tanpa perantara) melalui individu atau kelompok. Jadi data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti. Data primer terutama diperlukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti selama penelitian.⁴ Penulis mengumpulkan data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket).

Kuesioner merupakan suatu metode pengumpulan data yang mempunyai fungsi melalui tahapan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu Ilmu Sosial Lainnya* (KENCANA, 2017).

dijawab. Penulis menyebarkan angket berupa pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden yang merupakan mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo.⁵

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data dalam penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder merupakan data yang telah disajikan, diperoleh dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian tersebut. Data sekunder biasanya berupa buku, jurnal atau artikel yang ada kaitannya dengan pembahasan penelitian yang penulis teliti.⁶

6. Teknik pengumpulan data

a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang memerlukan jawaban singkat dan responden diharapkan menunjukkan salah satu pilihan jawaban yang diberikan. Pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh kuesioner yang telah dikumpulkan.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Pada pelaksanaan metode dokumentasi, periset menganalisa materi tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁷

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 199.

⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu Ilmu Sosial Lainnya* (KENCANA, 2017),132..

⁷ Etta Mamang Sugandji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktisi Dalam Penelitian* (ANDI, 2010).

7. Instrumen Penelitian

a. Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah analisis data dengan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mengkaji data dengan cara mendeskripsikan data yang telah dikaitkan sedemikian rupa.⁸ Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif sebagai alat untuk mengkaji karakter responden dan jawaban responden terhadap item pertanyaan mengenai aspek-aspek yang membahas tentang loyalitas penggunaan BSI *mobile*.

b. Uji Instrumen Penelitian

Dalam analisis kuantitatif, analisis data adalah kegiatan mengumpulkan bahan dari seluruh responden atau data dari sumber lain. Kegiatan analisis data meliputi analisis variabel dan jenis responden, penyusunan data dan variabel responden, analisis data setiap variabel yang diuji, analisis data untuk merespon rumusan masalah, dan analisis estimasi dan pengujian hipotesis yang digunakan.⁹ Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala Linkert 4 poin*. *Skala Linkert* digunakan untuk menilai sikap individu dalam menilai objek penelitian yang dinilai berdasarkan penilaian dari gradasi positif hingga negatif. Menurut Sugiyono, kuesioner ini memberikan 4 (empat) alternatif jawaban yang didistribusikan sebagai berikut:¹⁰

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 2019, Bandung : Alfabeta. h. 206

⁹ *Ibid*

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2016, (Bandung: Alfabeta, h.134-135)

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

8. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, hasil penelitian yang kredibel adalah adanya keseimbangan antara data yang dikumpulkan dengan data aktual di wilayah penelitian. Instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (pengukuran) yang valid. Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen menunjukkan validitas atau kesalahan. Instrumen yang valid maka validitasnya tinggi, begitu pula sebaliknya instrumen yang kurang valid maka validitasnya rendah.¹¹

Uji validitas diperlukan untuk mengukur keabsahan data atau valid atau tidaknya data. Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas 30 orang, perhitungan validitas butir soal diperiksa dengan menggunakan program komputer IBM SPSS Statistics 21. Hasil perhitungan akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini, yaitu nilai r yang signifikansinya 5% dari jumlah sampel yang tersedia. Apabila hasil perhitungan lebih besar dari *critical value* maka instrumen ini disebut valid. Sebaliknya jika skor butir

¹¹ *Ibid.*.

soal kurang dari *critical value* maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menakar suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dinyatakan reliabel atau handal apabila respons responden pada pernyataan ialah konsisten atau stabil seterusnya.¹² Penakaran reliabilitas dilakukan dengan melalui langkah *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran dilakukan hanya sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban dan pernyataan. SPSS menyediakan fasilitas untuk menakar reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

1. Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik memiliki pengkajian yang perlu dilaksanakan, yakni :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas teknik teknik menciptakan garis lurus untuk membuat interpretasi, agar interpretasinya benar maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkannya juga harus benar. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang diperoleh selama penelitian mempunyai distribusi normal atau mendekati normal, karena data yang ideal adalah data yang berdistribusi normal.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah menggunakan uji Kolmogrov smirnov dimana ketika nilai p-value $> 0,05$ maka dapat

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Badan Penerbitan UNDIP, 2018).

dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas secara umum sering terjadi pada model yang menggunakan data *cross-section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini penilaian heteroskedastisitas akan dilakukan dengan menggunakan Metode Glesjer. Pengujian ini dilakukan dengan melakukan regresi seluruh variabel independen terhadap nilai residual absolutnya. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig} > 0,05$) atau nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Penelitian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Bila hal ini terjadi, berarti sangat sulit untuk menentukan variabel independen mana yang mempengaruhi variabel dependen. Dari variabel independen, jika korelasinya mendekati +1 atau -1 maka dapat dikatakan persamaan regresi tidak tepat digunakan dalam persamaan tersebut. Dalam mengidentifikasi multikolinieritas, Nugroho menjelaskan *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 sehingga model terlindungi dari multikolinieritas.¹³

d. Uji Autokorealsi

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) peneliti menggunakan uji autokorelasi. Tujuan uji

¹³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Prestasi Pustaka Publisher, 2009).

autokorelasi adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan kumulatif pada periode t dan periode $t-1$ pada persamaan regresi linier. Jika terjadi kasus korelasi, maka akan mengindikasikan adanya masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan Uji Durbin Watson.¹⁴ Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika $dU < d < 4-dU$ maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, artinya tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel dependen (Y) terhadap dua atau lebih variabel independen (X) dan menunjukkan hubungan antara variabel dependen dan independen.¹⁵ Tujuan dari analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen. Hasil analisis ini berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, sehingga persamaannya adalah sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah (Variabel Dependen)

¹⁴ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Pustaka baru press, 2015).

¹⁵ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, Dan SMARTPLS* (UPP STIM YKPN, 2015).

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi untuk X1

β_2 = Koefisien regresi untuk X2

X1 = Kemudahan Akses (Variabel Independen)

X2 = Keamanan (Variabel Independen)

e = standard error

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Uji t digunakan untuk mengidentifikasi keterandalan juga kemaknaan dari nilai koefisien regresi, dimana mampu disimpulkan adalah pengaruh variabel Kepuasan (X_1), dan Kemudahan Akses (X_2) pada variabel dependen yaitu Loyalitas pengguna *Mobile Banking* (Y), signifikan atau tidak. Karakteristik penakaran yang digunakan yaitu :

- Jika nilai Sig < 0,05 atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan terdapat pengaruh masing-masing variabel Kemudahan Akses (X_1) dan Keamanan (X_2) terhadap Loyalitas Pengguna *Mobile Banking* (Y).
- Jika nilai Sig > 0,05 atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka disimpulkan tidak terdapat pengaruh variabel Kemudahan Akses (X_1) dan Keamanan (X_2) terhadap variabel Y.

b. Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

Difungsikan mengetes pengaruh menurut bersamaan antara Kemudahan Akses (X_1) dan Keamanan (X_2) berpengaruh signifikan pada Loyalitas pada penggunaan *Mobile Banking*. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- Jika nilai Sig < 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh Kemudahan Akses (X_1) dan Keamanan (X_2) terhadap Loyalitas (Y)

- Jika nilai Sig > 0,05 maka secara simultan tidak terdapat pengaruh Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) terhadap Loyalitas (Y).

c. Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinan (R²) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menginterpretasikan berbagai variabel dependen. Studi koefisien determinasi merupakan penelitian untuk mengetahui seberapa besar keterlibatan variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan lainnya adalah angka yang tertera dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang diprediksi dengan data sebenarnya. Persamaan regresi yang baik dibuktikan dengan R² yang bernilai antara nol dan satu. Perumusannya:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R² = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

d. 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).

Uji sobel dapat dihitung melalui rumus di bawah ini:

$$ab = a * b$$

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

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

Keterangan:

ta : koefisien variabel independen (X)

tb : koefisien variabel intervening (Z)

e. Uji Analisis jalur

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 menjadistansi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Namun demikian, analisis jalur dapat digunakan untuk menentukan pola hubungan antara beberapa variabel. 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 = P_1

Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y = $P_2 \times P_3$

Total pengaruh (korelasi X ke Y) = $P_1 + (P_2 \times P_3)$

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank syariah berperan penting sebagai fasilitator seluruh kegiatan perekonomian dalam ekosistem industri halal. Eksistensi industri perbankan syariah di Indonesia hingga saat ini telah mengalami kemajuan dan perkembangan yang signifikan. Peningkatan layanan, inovasi produk dan pengembangan jaringan menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Bahkan, dorongan akselerasi juga terlihat dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Salah satunya adalah bank syariah milik bank milik negara yaitu Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menggabungkan kekuatan ketiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih lengkap, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih besar. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat dan menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, serba guna dan bermanfaat bagi seluruh dunia.

2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia.

- a. Visi Bank Syariah Indonesia (BSI)
TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK
- b. Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)
 - 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia .
 - 2) Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
 - 3) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
 - 4) Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
 - 5) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
 - 6) Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Identitas Perusahaan

- Nama : Bank Syariah Indonesia
- Alamat : Kantor Pusat Gedung The Tower, Jl. Gatot Subroto No. 27 Kelurahan Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan 12930
- Website : <https://www.bankbsi.co.id/>
- Telepon : 14040

B. Karakteristik Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti adalah data yang diperoleh dari 332 responden, dimana seluruh responden telah memenuhi kriteria yang diinginkan peneliti. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam tabel 4.1 diketahui bahwa terdapat sebanyak 113 responden berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 33,9% dan 219 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 66,1%. Dari keseluruhan jumlah responden yaitu terdapat 332 responden dan dapat disimpulkan bahwa yang lebih dominan mengisi kuesioner ini adalah responden dengan berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	113	33,9%
Perempuan	219	66,1%
Total	332	100%

Sumber: Data primer (2024)

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam tabel 4.2 jumlah responden mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2020 sebanyak 83, angkatan 2021 sebanyak 90 responden, angkatan 2022 sebanyak 81 responden dan angkatan 2023 sebanyak 78 responden.

IAIN
PONOROGO

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun angkatan	Jumlah	Presentase (%)
2020	82	25%
2021	90	27%
2022	81	24,5%
2023	78	23,5%

Sumber: Data primer (2024)

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam tabel 4.3 jumlah responden berdasarkan prodi atau jurusan pada jurusan perbankan syariah terdapat sebanyak 162 responden, ekonomi syariah sebanyak 116 responden dan mazawa sebanyak 54 responden.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

Prodi	Jumlah	Presentase (%)
Perbankan Syariah	162	48,8%
Ekonomi Syariah	116	34,9%
Mazawa	54	16,3%

Sumber: Data primer (2024)

4. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dengan tahun angkatan 2020-2023. Pengumpulan data dilakukan dengan membangikan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada mahasiswa yang dimulai pada bulan april hingga mei 2024. Berdasarkan tabel 4.4 jawaban

kuesioner yang telah diterima peneliti yaitu sebanyak 332 responden. Tidak ditemukan jawaban kuesioner yang tidak memenuhi kriteria yang peneliti tetapkan sehingga kuesioner dapat diteliti lebih lanjut yaitu sebanyak 332 responden.

Tabel 4.4
Hasil Pengumpulan Data

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	332
2	Kuesioner yang diterima	332
3	Kuesioner tidak layak	9

Sumber: Data primer (2024)

C. Uji Analisis Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (max), nilai terendah (min) dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu kemudahan akses (X1), keamanan (X2), kepuasan (Z) dan loyalitas (Y). Mengenai uji statistik deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5

Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kemudahan Akses (X1)	332	26	40	32,83	1,723
Keamanan (X2)	332	15	24	19,55	1,156
Kepuasan (Z)	332	14	24	19,64	1,212
Loyalitas (Y)	332	12	24	19,44	1,335

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.5 dapat digambarkan distribusi data yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan akses (X1), dari data tersebut diperoleh hasil bahwa nilai minimum sebesar 26, nilai maximum sebesar

- 40, nilai rata-rata (mean) sebesar 32,83 dan nilai standar deviasi sebesar 1,723.
2. Variabel keamanan (X2), dari data tersebut diperoleh hasil bahwa nilai minimum sebesar 15, nilai maximum sebesar 24, nilai rata-rata (mean) sebesar 19,55 dan nilai standar deviasi sebesar 1,156.
 3. Variabel kepuasan (Z), dari data tersebut diperoleh hasil bahwa nilai minimum sebesar 14, nilai maximum sebesar 24, nilai rata-rata (mean) sebesar 19,64 dan nilai standar deviasi sebesar 1,212.
 4. Variabel loyalitas (Y), dari data tersebut diperoleh hasil bahwa nilai minimum sebesar 12, nilai maximum sebesar 24, nilai rata-rata (mean) sebesar 19,44 dan nilai standar deviasi sebesar 1,335.

D. Hasil Pengujian Instrumen

1. Teknik Analisis Data

a. Pengujian Validitas

Dalam perhitungan ini penulis menggunakan responden sebanyak 30 orang, sehingga $r_{\text{tabel}} = 0,361$ dihitung dengan menggunakan rumus $df = n - 2$. Dalam penelitian ini jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dan bernilai positif maka variabel tersebut valid. Dan jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid. Berikut hasil uji validitasnya:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kemudahan Akses

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,573		Valid
X1.2	0,607		Valid
X1.3	0,498		Valid
X1.4	0,569		Valid

X1.5	0,613	0,361	Valid
X1.6	0,778		Valid
X1.7	0,719		Valid
X1.8	0,443		Valid
X1.9	0,757		Valid
X1.10	0,821		Valid

Sumber: data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.6 terdapat 10 item pernyataan mengenai variabel kemudahan akses. Semua item pernyataan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,361 maka semua pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Keamanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,674	0,361	Valid
X2.2	0,616		Valid
X2.3	0,834		Valid
X2.4	0,772		Valid
X2.5	0,794		Valid
X2.6	0,819		Valid

Sumber: data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.7 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel keamanan. Semua item pernyataan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,361 maka semua pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kepuasan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Z.1	0,589	0,361	Valid
Z.2	0,625		Valid
Z.3	0,676		Valid
Z.4	0,830		Valid
Z.5	0,536		Valid
Z.6	0,730		Valid

Sumber: data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.8 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel kepuasan. Semua item pernyataan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,361 maka semua pernyataan tersebut dianggap valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Loyalitas

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,743	0,361	Valid
Y.2	0,767		Valid
Y.3	0,800		Valid
Y.4	0,727		Valid
Y.5	0,692		Valid
Y.6	0,614		Valid

Sumber: data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel loyalitas. Semua item pernyataan menunjukkan $R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,361 maka semua pernyataan tersebut dianggap valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas diukur dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) dan variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.¹⁶ Hasil uji reliabilitas yang dilakukan ditunjukkan pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	0,839	0,60	Reliabel
Keamanan (X2)	0,838		Reliabel
Kepuasan (Z)	0,745		Reliabel
Loyalitas(Y)	0,816		Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2024

Uji reliabilitas pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel yang di uji reliabel pada kemudahan akses 0,839, keamanan 0,838, kepuasan 0,745 dan loyalitas nasabah 0,816. Hasil pengujian dinyatakan reliabel karena nilai hasil pengujian $> 0,60$ dan dapat untuk melakukan pengujian hipotesis.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji nilai residu terstandar suatu model regresi, apakah berdistribusi normal atau tidak. Jika residu ternormalisasi sangat dekat dengan mean, maka residu terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Uji statistik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji yang menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Jika $K_{hitung} < K$

¹⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang:Universitas Diponegoro,2018),45.

tabel atau $\text{Sig} > \alpha$ (0,05), maka nilai residu standar berdistribusi normal.

Berdasarkan dari hasil uji normalitas didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi normalitas residual sebesar $0,001 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual tidak berdistribusi normal dan harus dilakukan penghapusan data ekstrim, kemudian melakukan pengujian ulang normalitas dengan 323 data dan menghasilkan distribusi normal seperti pada tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Normalitas

Kolmogorov-Smirnov		
Unstandardized Residual	N	Sig
	323	0,089

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan nilai Sig.Kolmogorov-Smirnov sebesar $0,089 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian berdistribusi normal dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gejala heteroskedastisitas muncul ketika varian variabel-variabel dalam model regresi bernilai konstan. Sebaliknya jika variansi variabel pada contoh regresi mempunyai nilai yang sama (konstan), maka disebut homoskedastisitas. Penelitian ini diharapkan model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

Pada penelitian ini menggunakan metode Glesjer. Prosedur ini dilakukan dengan meregresi semua variabel independent pada nilai residual absolutnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig} > 0,05$), maka tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$.

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	171	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Keamanan (X2)	496	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepuasan (Z)	845	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 menyatakan bahwa dari masing-masing variabel mempunyai signifikansi $>0,05$ yaitu dari variabel Kemudahan Akses (X1) sebesar 0,171; Keamanan (X2) sebesar 0,496; dan Kepuasan (Z) sebesar 0,846. Sehingga bisa disimpulkan bahwasannya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Jika terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen model regresi yang akan dibentuk, maka model regresi dikatakan mengalami gejala multikolinearitas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji multikolinearitas dengan TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF). Pengujian dapat dilakukan dengan melihat TOL dan VIF masing-masing variabel independen relatif terhadap variabel dependen. Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.¹⁷

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Prestasi Pustaka Publisher, 2009).

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan Akses (X1)	0,743	1,346
Keamanan (X2)	0,774	1,292
Kepuasan (Z)	0,679	1,473

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 menyatakan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independent mempunyai nilai VIF $< 10,00$ yaitu variabel Kemudahan Akses (X1) sebesar 1,346; Keamanan (X2) sebesar 1.292; dan Kepuasan (Z) sebesar 1,473. Sedangkan jika dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*), bahwasannya masing-masing variabel mempunyai nilai TOL (*Tolerance*) $> 0,100$ yaitu dari variabel Kemudahan Akses (X1) sebesar 0,743; Keamanan (X2) sebesar 0,774; dan Kepuasan (Z) sebesar 0,679.

Berdasarkan nilai VIF < 10 dan TOL (*Tolerance*) $> 0,1$ pada seluruh variabel maka dapat dikatakan model regresi tidak mempunyai gejala multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan (korelasi) yang kuat antar variabel independen, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Autokorelasi

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	Du	4-dU	
1,908	1,825	2,175	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,908 dan nilai dU sebesar 1,825. Karena nilai $dU < DW < 4 - dU$ atau $1,825 < 1,908 < 2,175$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel dependen (Y) terhadap dua atau lebih variabel independent (X) dan menunjukkan hubungan antara variabel dependen dan independent. Berdasarkan tabel 4.15 dapat di bentuk persamaan regresi linier berganda antar variabel Kemudahan Akses (X1), dan Keamanan (X2) dalam Loyalitas Nasabah (Y) yaitu $Y=5,552+0,293X1+-0,223X2+e$

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	5,552	8,497	0,000
Kemudahan Akses (X1)	0,293	15,802	0,000
Keamanan (X2)	0,223	8,116	0,000

Sumber: Data Hasil Pengolahan SPSS, 2024

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut:

- a) **Constant (α)** : Nilai constant sebesar 5,552 yang artinya apabila kemudahan akses dan keamanan adalah nol (0) atau tetap maka nilai loyalitas nasabah adalah sebesar 5,552.
- b) **β_1 (X1)** : Apabila kemudahan akses meningkat satu (1) satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,293.
- c) **B2 (X2)** : Apabila keamanan meningkat satu (1) satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,223.

3. Uji Signifikansi Parsial (T-test)

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Signifikansi Parsial (T-Test)

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	5,552	8,497	0,000
Kemudahan Akses (X1)	0,293	15,802	0,000
Keamanan (X2)	0,223	8,116	0,000

Sumber: Data Pengolahan SPSS, 2024

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a) Pengujian hipotesis pertama (H_1) Kemudahan Akses

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $15,802 > 1,967$ t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima yang berarti kemudahan akses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

b) Pengujian hipotesis kedua (H_2) Keamanan

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $8,116 > 1,967$ t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima yang berarti keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

P O N O R O G O

4. Uji Signifikansi Simultan (F-Test)

Tabel 4.17

Hasil Pengujian Signifikansi Simultan (F-Test)

Anova	
F-Hitung	Sig.
232,431	0,000

Sumber: Data Pengolahan SPSS (2024)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama koefisien variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk membandingkan pada tingkat nilai sig. dengan nilai α (5%) atau membandingkan F-hitung dan F-tabel. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan F-tabel adalah sebagai berikut:

$$F\text{-tabel} : F (k-1;n-k)$$

$$F\text{-tabel} : F (323-3) = 320$$

$$F\text{-tabel} : 320 = 3,87$$

Berdasarkan hasil penghitungan dengan rumus F-tabel diatas di dapatkan hasil F-tabel sebesar 3,87. Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa nilai Sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar $232,431 > 3,87$ yang artinya H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y).

5. Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 4.18

Hasil pengujian koefisien determinan (R²)

Model Summary		
R	R Square	Adjusted R Square
0,770	0,592	0,590

Sumber: Data Pengolahan SPSS (2024)

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwasannya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,590 (59%), artinya variabel Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) dapat mempengaruhi variabel Loyalitas Nasabah sebesar 59% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

6. Uji Sobel

Untuk menentukan apakah kepuasan merupakan variabel intervening dari kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas nasabah maka dilakukan uji sobel.

Tabel 4.19

Uji Sobel

Nama	Sig	t-statistic	P-Value
Kemudahan akses	0.000	3,614	0.0003016
Keamanan	0.008	3,474	0.00051344

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh variabel kemudahan akses terhadap loyalitas dengan nilai $Z = 3,614 > 1,96$. Kemudian untuk variabel keamanan memiliki nilai $Z = 3,474 > 1,96$ yang artinya kepuasan mampu memediasi pengaruh variabel keamanan terhadap loyalitas.

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 4.20
Hasil analisis jalur

Variabel	Koefisien	Langsung	Tidak langsung (melalui Z)
X1 -Y	0,344	0,344	$0,370 \times 0,229 = 0,085$
X2 - Y	0,140	0,140	$0,317 \times 0,229 = 0,073$
Z -Y	0,229	0,229	
X1-Z	0,370	0,370	
X2-Z	0,317	0,317	
e1	0,671		
e2	0,679		

Berdasarkan hasil analisis jalur, maka dapat memberikan informasi secara obyektif sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah adalah 0,344; pengaruh tidak langsung kemudahan akses terhadap loyalitas sebesar 0,085; pengaruh total kemudahan akses terhadap loyalitas adalah $0,344 + 0,085 = 0,429$
- b. Pengaruh langsung keamanan terhadap loyalitas adalah 0,140; pengaruh tidak langsung keamanan terhadap loyalitas 0,073; pengaruh total keamanan terhadap loyalitas adalah $0,140 + 0,073 = 0,213$
- c. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas adalah 0,229

8. Uji Hipotesis

a. Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas

Kemudahan akses adalah tingkat kepercayaan seseorang dimana ketika dia akan mencapai sesuatu tidak memerlukan banyak usaha.¹⁸ Kemudahan merupakan keyakinan masyarakat bahwa dengan menggunakan teknologi dapat mudah digunakan dan dipahami.

¹⁸ Reni Kristiani Podengge. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang" Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi, Vol.1, No.2 (2023), 70-89.

Variabel kemudahan penggunaan teknologi *mobile banking* diartikan sebagai keyakinan dimana masyarakat beranggapan bahwa penggunaan layanan *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami, dipelajari dan digunakan.

Berdasarkan tabel 4.16 dengan hasil penelitian Kemudahan Akses diketahui nilai sig untuk pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $15,802 > 1,967$ t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima yang berarti kemudahan akses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

b. Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah

Keamanan dalam *internet banking* atau *mobile banking* adalah jaminan dana dan informasi nasabah terhadap kehilangan data selama bertransaksi. Keamanan adalah keadaan bebas dari ancaman. Istilah tersebut dapat digunakan dalam kaitannya dengan kejahatan, segala bentuk kesalahan baik berupa barang maupun jasa.

Berdasarkan tabel 4.16 hasil penelitian variabel Keamanan diketahui nilai sig untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $8,116 > 1,967$ t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima yang berarti keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

c. Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah secara simultan.

Berdasarkan tabel 4.17 hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Sig $0,000 < 0,05$ yang artinya H_{a3} diterima dan dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Akses (X_1) dan Keamanan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y).

d. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Loyalitas Nasabah dipengaruhi Kepuasan Nasabah sebagai variabel moderasi

Berdasarkan tabel 4.19 hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Akses yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah memiliki

nilai $Z = 3,614 > 1,96$ yang artinya kepuasan mampu memediasi pengaruh variabel kemudahan akses terhadap loyalitas. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat (H_{a4}) diterima.

- e. Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah dipengaruhi Kepuasan Nasabah sebagai variabel moderasi

Berdasarkan tabel 4.19 hasil penelitian menunjukkan bahwa Keamanan yang dimediasi oleh Kepuasan Nasabah memiliki nilai $Z = 3,474 > 1,96$ yang artinya kepuasan mampu memediasi pengaruh variabel keamanan terhadap loyalitas. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kelima (H_{a5}) diterima.

9. Pembahasan Hasil Pengujian Data

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka penjelasan dari pengaruh masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* BSI. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji T yang diperoleh hasil nilai signifikansi uji t sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga terima H_{a1} dan tolak H_{01} . Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* BSI. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kemudahan akses bertanda positif, artinya kemudahan akses berbanding lurus atau searah terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Zikmund terkait aspek yang mempengaruhi loyalitas.¹⁹ Dimana tingkat kemudahan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan suatu produk barang atau jasa. Ketika nasabah merasa mudah dalam melakukan transaksi maka tingkat loyalitas nasabah akan meningkat. Tingkat kemudahan akan menimbulkan rasa nyaman kepada nasabah, ketika suatu sistem *BSI Mobile* mudah digunakan dimanapun dan kapanpun lebih memberikan efisiensi waktu bagi nasabah dengan demikian nasabah akan melakukan pembelian secara berkala dan terus menerus sehingga dari kebiasaan nasabah tersebut akan menimbulkan perilaku loyal terhadap suatu produk atau jasa.

Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *Mobile Banking BSI*.²⁰ Hasil penelitian ini mengisyaratkan bahwa dalam loyalitas nasabah perlu adanya faktor kemudahan akses karena seseorang akan merasa loyal ketika kemudahan akses untuk melakukan transaksi terpenuhi.

b. Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Mobile Banking BSI*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking BSI*. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji T yang diperoleh hasil nilai signifikansi uji t sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga terima H_a dan tolak H_0 . Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking BSI*. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien regresi variabel keamanan

¹⁹ Nor Asmi, Mardatillah "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Naem 555 Cucian" Jurnal: Akuntansi Manajemen Madani, Vol. 7, No. 2, (2021).

²⁰ Grace Mulya Setiabudi," Dampak Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Layanan Perbankan Elektronik Bca Terhadap Loyalitas Nasabah",Jurnal: Manajemen dan Organisasi Vol.14, No. 2, (2023).

bertanda positif, artinya keamanan berbanding lurus atau searah terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Gummesson & Lovelock yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan suatu sistem maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah terhadap suatu produk atau jasa tersebut.²¹ Tingkat keamanan merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan, ketika suatu perbankan memiliki tingkat keamanan yang tinggi maka nasabah akan merasa nyaman bertransaksi dan merasa puas sehingga akan menimbulkan sikap loyal bagi nasabah terhadap perusahaan. Seperti yang kita ketahui dalam BSI *Mobile* tingkat keamanan dalam bertransaksi sudah cukup terjamin, hal ini dapat dilihat dari ketika kita akan bertransaksi maka akan diarahkan untuk memasukkan password untuk *login* ke dalam akun yang kita miliki, kemudian ketika kita akan bertransaksi kita akan diarahkan untuk memasukkan kembali password kita. Hal ini membuktikan dengan adanya keamanan yang semakin tinggi maka akan menimbulkan rasa nyaman dan aman bagi nasabah dalam bertransaksi.

Pada penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²² Hasil penelitian ini mengisyaratkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dimiliki suatu perusahaan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah dalam memakai produk atau jasa tersebut. Dalam mewujudkan sikap loyal nasabah faktor keamanan sangatlah penting, ketika suatu keamanan terjamin maka tidak ada timbul rasa khawatir pada diri nasabah sehingga

²¹ Baiq Hilwiyatul Ahla, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok", *Skripsi*: (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, (2022)

²² Rizka Amalia, Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Pengalaman Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mie Gacoan Ponorogo", *Jurnal: Journal Of Economics And Business Research* Vol. 3, No. 2, (2023).

nasabah akan sepenuhnya percaya dan yakin pada perusahaan tersebut sehingga akan menimbulkan loyalitas bagi nasabah.

- c. Pengaruh Kemudahan Akses dan Keamanan Terhadap Loyalitas secara simultan.

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasannya variabel dependen Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dalam menggunakan BSI *Mobile*. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai nilai Sig $0,00 < 0,05$ dan f-hitung sebesar 232,431 yang menunjukkan bahwa nilai f-hitung $> f$ -tabel ($232,431 > 1,967$). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H_0 diterima yang berarti Kemudahan Akses (X1) dan Keamanan (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Hasil penelitian ini mengisyaratkan bahwa dalam loyalitas nasabah perlu adanya kemudahan akses dalam bertransaksi, karena seseorang akan timbul rasa loyal ketika merasa mudah dalam penggunaannya. Seperti halnya ketika menggunakan BSI *mobile* yang mudah digunakan dimanapun dan kapanpun dengan sistem yang minim sekali terjadi eror maka dengan adanya kemudahan akses tersebut nasabah akan merasa senang dan nyaman sehingga menimbulkan rasa untuk menggunakannya secara terus menerus dan kemudian akan timbul rasa loyalitas nasabah, selain itu dengan adanya keamanan yang terjamin oleh pihak perusahaan dan di nilai bahwa keamanan tersebut memiliki nilai yang tinggi menjadi faktor yang akan menimbulkan loyalitas nasabah. Sebab ketika suatu sistem keamanan sudah terjamin maka nasabah akan yakin dan tanpa ada rasa cemas dalam menggunakan BSI *mobile* tersebut.

- d. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh variabel Kepuasan.

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan memediasi pengaruh hubungan antara kemudahan akses (X1) dengan loyalitas nasabah dapat dilihat berdasarkan hasil uji sobel yang dilakukan pada penelitian ini. Dari hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah hal ini dilihat dari nilai $Z = 3,614 > 1,96$ dengan pengaruh secara langsung sebesar 0,344 dan pengaruh tidak langsung (melalui z) sebesar 0,085.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ke empat (Ha4) diterima. Adanya variabel kemudahan akses (X1) yang dimediasi kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) dan menunjukkan bahwa kepuasan (Z) mampu memediasi hubungan kemudahan akses (X1) dengan loyalitas nasabah (Y).

- e. Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah yang dimoderasi oleh variabel Kepuasan.

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan memediasi pengaruh hubungan antara keamanan (X2) dengan loyalitas nasabah dapat dilihat berdasarkan hasil uji sobel yang dilakukan pada penelitian ini. Dari hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa kepuasan dapat memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah hal ini dilihat dari nilai $Z = 3,474 > 1,96$ dengan pengaruh secara langsung sebesar 0,140 dan pengaruh tidak langsung (melalui z) sebesar 0,073.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis kelima (Ha5) diterima. Adanya variabel keamanan (X2) yang dimediasi kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) dan menunjukkan bahwa kepuasan (Z) mampu memediasi hubungan keamanan (X2) dengan loyalitas nasabah (Y).

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta menganalisis pengaruh kemudahan akses dan keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI mobile dengan kepuasan sebagai moderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Dari rumusan masalah yang telah penulis jelaskan diawal dan hasil pengujian data yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan akses berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 15,802 yang artinya X1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien kemudahan akses bertanda positif artinya kemudahan akses berbanding lurus dan searah dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
2. Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* bank syariah Indonesia. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 8,116 yang artinya X2 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan besaran koefisien keamanan bertanda positif artinya keamanan berbanding lurus dan searah dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
3. Kemudahan akses dan keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Dilihat dari nilai hasil uji F menunjukkan nilai Sig. sebesar $0,00 < 0,05$ yang artinya secara simultan kemudahan akses dan keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

4. Kepuasan mampu memediasi hubungan antara kemudahan akses dengan loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hal ini berarti kepuasan mampu memediasi secara parsial pengaruh hubungan kemudahan akses terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.
5. Kepuasan mampu memediasi hubungan antara keamanan dengan loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hal ini berarti kepuasan mampu memediasi secara parsial pengaruh hubungan keamanan terhadap loyalitas nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

Bagi bank syariah Indonesia diharapkan lebih meningkatkan lagi sosialisasi terkait perbankan syariah kepada mahasiswa. Agar mahasiswa menggunakan produk ataupun jasa perbankan syariah bukan karena disuruh melainkan karena kesadaran diri bahwa perbankan syariah lebih unggul di bandingkan bank konvensional.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini belum sepenuhnya sempurna masih terdapat banyak kekuarangan, sehingga diharapkan bagi penelitian selanjutnya untuk mendapatkan suatu model penelitian yang baik dengan di dukung oleh teori yang kuat dan lebih banyak referensi penelitian yang mampu mendukung topik yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisa, Nurhanifa, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan (Usability) Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pengguna Bri Mobile (Brimo) Di Bandar Lampung" (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2023)
- Ahla, Baiq Hilwiyatul, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Depok" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2022)
- Ahmad, and Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri)", *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol 53, No.9 (2013), 1689–99
- Alfianto, Arif, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yam Yam Resto Jeparai" (Kudus: IAIN Kudus, 2020)
- Ardhanari, Margaretha, "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia", *Jurnal: Istiqro*, Vol 8, No.1 (2022)
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik Serta Ilmu Ilmu Sosial Lainnya* (KENCANA, 2017)
- Chusnah, Khairunnisa Tri Indriana, "Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech", *KINERJA: Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 3, No.1 (2020), 114
- Citra, Lola Melino, and Muhammad Fahmi, "Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan", *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 2, No.2 (2019), 214–25.
- Deddy, Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, 2014
- Erawati, Sherly Hesti, "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce", *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol 17, No.2 (2020)
- Erina, Nila, "Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah" (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021)
- Faizin, Dian Fateekha Lireeh dan Moh., "Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan Kemudahan Akses Aplikasi Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo)", *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, Vol 3, No.2 (2023), 400

- Fauziati, R R, "Pengaruh Customer Value, Customer Satisfaction Dan Interaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Safindra Skin ...", 2019
- Fi'ina Dwijulianti, Dr. Nova Anggrainie, SE., MMSI, "Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Data, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Jkn", *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2986-609X, Vol 2, No.5 (2023), 1–14
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Semarang:Badan Penerbitan UNDIP, 2018)
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Hamdani, Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua* (Salemba Empat, 2006)
- Indrasari, Dr Meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Unitomo Press, 2019)
- Irsyat, Riyanto Sarno dan Iffano, *Sistem Manajemen Keamanan Informasi* (ITS Press, 2009)
- Ismulyaty, Sri, Nurmaini, and May Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo)", *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, Vol 8, No.1 (2022), 66–75.
- Isnaini, Wahyu Intan, and Budi Istiyanto, "Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepea", *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, Vol 1, No.2 (2023), 239–56
- Keller, Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta:Erlangga, 2012)
- Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta:Erlangga, 2016)
- Maharani, Shinta, "Customer Satisfaction Analysis of Sharia Services Quality at Surya Mart Ponorogo", *EJIF: European Journal Of Islamic Finance*, 17 (2021)
- Masykuroh, Ely, "Finance Attitude, Trust, And ROSCAs' Member Commitment: Social Relationsas Mediating Factor", Vol 28, No.3 (2023), 35-49.
- Munfaqiroh, Siti, Dike Wahyu, Arminda Dacruz, dan Rama Dea, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", Vol 15, No.1 (2022), 122–32
- Murni, Chusnul Hajjah, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Online Shop Di Shopee"

(Ponorogo:IAIN Ponorogo, 2020)

Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif* (Tarsito, 2003)

Nazir, Moh., *Metodologi Penelitian* (Ghalia Indonesia, 2005)

Nirawati, Desi Wahyuningsih dan Lia, "Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana", *Jurnal JURKAMI*, Vol 7, No.3 (2022)

Nor Asmi, Mardatillah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Naem 555 Cucian", *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, Vol 7, No.2 (2021), 36–63

Oky Suma Putra, Ambar Lukitaningsih dan Putri Dwi Cahyani, "Pengaruh Tarif, Keamanan Dan Kenyamanan Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal: Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 24, No.1 (2022)

Podengge, Reni Kristiani, and Haryani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang", *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, Vol 1, No.2 (2023), 70–89

Prasetyo, Luhur, "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid al-Sharia", *Justicia Islamica*, Vol 18, No.2 (2021), 319-334

Purnamasari, Nurwulandari, "Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Dalam Belajar Terhadap Pencapaian Prestasi Hasil Belajar Siswa" (Bandung:Universitas Pasundan Bandung, 2018)

Rahardjo, Budi, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet Versi 2* (PT Insan Indonesia, 2017)

Rahmawati, Charissa Kezia, and Bayu Arie Fianto, "Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol 7, No.6 (2020), 1118 -1127

Rifa'I, M. Irwan, "Pengaruh Ikatan Emosi, Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Btn Syariah Banjarmasin" (Universitas Negeri Islam Antasari, 2023)

Rima Putri Yanti, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Jambi Sungai Bahar", *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, Vol 2, No.1 (2022), 10–18.

Rizka Amalia, Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Pengalaman Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mie Gacoan Ponorogo", *Niqosiya: Journal*

of Economics and Business Research, Vol 3, No.2 (2023), 323

- Rofiah, Khusniati, "The Formulation of Islamic Bank Performance Based on Contemporary Maqasid al-Sharia", *Juticia Islamica*, 18 (2021), p.322
- Satria, Fiqri, and Diah Astarini, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah", *Jurnal Ekonomi Trisakti*, Vol 3, No.1 (2023), 1911–24
- Setiabudi, Grace Mulya, "Dampak Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Layanan Perbankan Elektronik Bca Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal: Manajemen Dan Organisasi*, Vol 14, No.2 (2023)
- Shafira, Aulia Septiana, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang", *Jurnal Ilmiah Research And Development Student*, Vol 1, No.2 (2023)
- Shafira, Aulia Septiana, Aris Sunindyo, dan Septian Yudha Kusuma, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Brimo Di Kota Semarang", *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, Vol 1, No.2 (2023), 62–74.
- SistemKeamanan BSI Mobile, <https://www.liputan6.com/tekno/read/5281858/bsi-mobile-error-diduga-kuat-karena-serangan-ransomware-ini-penjelasan-pengamat-siber>, (Di akses Pada Tanggal 16 Januari 2024)
- Sopiah, Etta Mamang Sugandji dan, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktisi Dalam Penelitian* (ANDI, 2010)
- Sudaryana, Yayan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang", *Journal of Management Review*, Vol 4, No.1 (2020), 55-447
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta, 2016)
- Sujianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Prestasi Pustaka Publisher, 2009)
- Supriyanto, Muhammad Agus, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Pasuruan" (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022)
- Susilowati, Rina, "Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Meggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Citraland Semarang" (Universitas Islam Sultan Agung, 2023)
- SutiyeM, SutiyeM, and Tika Arinda Fitri, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank

Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang.", *Jurnal Pundi*, Vol 5, No.3 (2022), 351-371

Tjiptono, Fandy, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Andy, 2009)

Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Pustaka baru press, 2015)

Wardhana, Aditya, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia", *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol 10 (2015), 273

Widarjono, Agus, *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, Dan SMARTPLS* (UPP STIM YKPN, 2015)

Wahyudi, Amin, "The Urgency of Sharia Division in Indonesian and Malaysian Islamic Bank", *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, Vol 7, No.1 (2023), 83-94

