

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS
LAYANAN BSI *MOBILE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA KCP NGAWI**

SKRIPSI



COVER

Oleh:

Shintya Bela Lorenza

NIM 402190091

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

2023

Abstrak

Lorenza, Shintya Bela. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan BSI *Mobile* Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Ngawi. Skripsi. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Moh. Faizin, M.S.E

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, BSI *Mobile*, Loyalitas Nasabah.

Teknologi informasi telah mengubah banyak hal, khususnya di dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan sistem jaringannya yang luas menciptakan banyak kemudahan akses informasi secara cepat dan lebih fleksibel, dan hal ini juga berpengaruh pada perbankan. Untuk menciptakan kondisi tersebut bank berusaha mengeluarkan produk dan layanan menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Namun saat BSI *mobile* sudah di pergunakan para nasabah BSI KCP Ngawi masih dilatarbelakangi adanya keluhan dari nasabah dari berbagai fitur BSI *Mobile* yang kurang lengkap untuk melakukan transaksi, terkadang terjadi eror pada aplikasi BSI *Mobile*, pendaftaran BSI *Mobile* yang cukup rumit bagi orang yang berusia 30 tahun lebih dan orang awam dengan minim pengetahuan digitalisasi, dan terdapat fitur yang tidak bermanfaat pula.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sample menggunakan teknik purposive sampling. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden nasabah di BSI KCP Ngawi yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah dengan SPSS 22.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukan bahwa, secara parsial kemudahan penggunaan BSI *Mobile* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi, dan kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi. Sedangkan secara simultan, kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.



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	Shintya Bela Lorenza	402190091	Perbankan Syariah	PENGARUH KEMUDAHAN PENGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU NGAWI

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

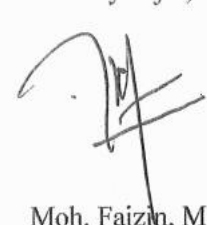
Ponorogo, 29 Maret 2023

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Moh. Faizil Amri, M.S.Ak
NIP.198907102018011001

Menyetujui,



Moh. Faizil, M.S.E.
NIP. 198406292018011001



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 Penggunaan dan Kualitas Layanan BSI
Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia
KCP Ngawi.

Nama : Shintya Bela Lorenza

NIM : 402190091

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 Syariah.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001

:

()

Penguji I
Dr. Shinta Maharani, M.Ak.
NIP. 197905252003122002

:

()

Penguji II
Moh. Faizin, M.S.E.
NIP. 198406292018011001

:

()

Ponorogo, 19 April 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



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

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shintya Bela Lorenza

NIM : 402190091

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi / Tesis : Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan BSI
Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP
Ngawi.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 22 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Shintya Bela Lorenza

NIM 402190091

Pernyataan Keaslian Tulisan

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Shintya Bela Lorenza

NIM : 402190091

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS LAYANAN
BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI KCP NGAWI**

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

Ponorogo, 29 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



Shintya Bela Lorenza

NIM 402190091

DAFTAR ISI

COVER	I
ABSTRAK	II
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	III
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	IV
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	VI
DAFTAR ISI.....	VII
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II. LANDASAN TEORI	13
A. Deskripsi Teori.....	13
B. Kajian Pustaka.....	22
C. Kerangka Berfikir.....	40
D. Hipotesis.....	42
BAB III. METODE PENELITIAN	47
A. Rancangan Penelitian	47
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
D. Populasi dan Sample	51
E. Jenis dan Sumber Data	54
F. Metode Pengumpulan Data	55
G. Instrumen Penelitian.....	56
H. Validitas dan Reliabilitas	58
I. Teknik Pengolahan dan Analisis data	59
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	67

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
B. Hasil Pengujian Instrumen	81
C. Hasil Pengujian Deskriptif	84
D. Hasil Pengujian Hipotesis	88
E. Pembahasan.....	95
BAB V. PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet telah mengubah banyak hal, khususnya di dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi dan sistem jaringannya yang luas menciptakan banyak kemudahan akses informasi secara cepat dan lebih fleksibel, dan hal ini juga berpengaruh pada perbankan. Para nasabah di bank menginginkan agar mereka dapat lebih mudah melakukan sesuatu dimana saja dan kapan saja. Untuk menciptakan kondisi tersebut maka bank berusaha mengeluarkan produk dan layanan menggunakan aplikasi *BSI Mobile* atau biasa disebut *Mobile Banking* yang merupakan layanan informasi yang fleksibel dan tersedia selama 24 jam sehari, para nasabah dapat melakukan transaksi dan mengakses informasi menggunakan fasilitas jaringan internet.

Progres perkembangan perbankan syariah yang impresif dapat mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional dan dapat menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi dalam menyediakan jasa layanan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.¹ Oleh karena

¹ Ahmad Suminto, Shinta Maharani, "Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*,

itu BSI menciptakan layanan digital yang disebut BSI *Mobile*. Transaksi perbankan sebelumnya banyak dilakukan melalui kantor cabang maupun pusat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan pertumbuhan pengguna akses internet di Indonesia, dan terdapat beberapa layanan perbankan berbasis digital seperti, *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan *SMS Banking*. Nasabah berhak menggunakan layanan yang disediakan oleh pihak Bank Syariah Indonesia.

Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi instansi/perusahaan dengan mendapatkan nasabah yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.² Loyalitas nasabah dapat dilihat dari kebiasaan nasabah dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara konsisten. Nasabah yang sudah memiliki loyalitas terhadap suatu produk atau jasa biasanya tidak akan lagi mempertimbangkan untuk membeli produk atau jasa lain selain produk atau jasa yang diminati. Namun apabila nasabah tidak mendapatkan produk atau jasa yang baginya tidak memuaskan, memudahkan dan tidak memberi manfaat maka nasabah cenderung

Islamic Banking Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah kantor Cabang Pembantu Ponorogo, El-Barka: *Journal Of Islamic Economics and Business*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 53.

² Maulida Nurhidayati, Novi Kurnia Cahyani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," Etihad: *Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 147.

akan terus mencari produk atau jasa yang sesuai dengan kriteria mereka. Loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah. Berikut ini terdapat faktor yang mempengaruhi nasabah pindah bank atau meninggalkan bank yaitu biaya relatif mahal, kualitas produk yang kurang baik, kurang keamanan dan kenyamanan, kemampuan akses yang kurang konsisten, gangguan pada jaringan internet, tidak mendapatkan kemudahan bertransaksi, sehingga menyebabkan nasabah tidak akan setia pada bank.

Hal ini juga berkaitan dengan dampak yang akan terjadi kepada para nasabah yang memiliki sikap kepercayaan dan loyalitas yang tinggi terhadap pengguna *mobile banking*.³ Kualitas layanan menurut Wyckop, sebagaimana dikutip oleh Rosady Ruslan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan

³ Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta: Prenada Media, 2004) 213.

tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁴ Kualitas layanan merupakan fitur perlengkapan untuk interaktivitas nasabah, fitur merupakan kriteria penting yang menarik perhatian nasabah di dalam penyampaian jasa fitur di *mobile banking*. *Mobile banking* dapat diartikan sebagai layanan informasi perbankan oleh bank kepada nasabah melalui pesan singkat. *Mobile Banking* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur yang ada pada ponsel pintar (*smartphone*). Jika menggunakan layanan perbankan digital, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan seperti transfer, pengecekan saldo, dan mutasi rekening pada saat kapanpun dan dimanapun cukup dengan mengakses layanannya melalui web atau aplikasi BSI *Mobile* yang dimiliki oleh nasabah. Keberadaan kualitas layanan tetap dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kemauan pelanggan untuk membeli kembali, membeli lebih membeli jenis layanan lainnya dan merekomendasikan pengalamannya kepada orang lain. Kemudian dapat diartikan bahwa kualitas layanan akan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.⁵

⁴ Rosady Ruslan, Manajemen *Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 262.

⁵ Lyon, Down Bendall, and Thomas L. Powers, “ *The impact of structural and process attributes on satisfaction and behaviour intentions* ”, *Journal of Services Marketing*, Volume 18, Nomor 2,(2004), 121.

Berdasarkan informasi dari Ranindya Meilawati sebagai Customer Service BSI KCP Ngawi tersebut terlihat bahwa masyarakat Ngawi sebagian besar telah menggunakan BSI *Mobile* dan selalu meningkat jumlah penggunaannya dari tahun ke tahun.⁶ Menurut observasi yang saya lakukan permasalahan yang sering terjadi karena adanya keluhan dari nasabah tentang fitur BSI *Mobile* kurang lengkap untuk melakukan transaksi, terkadang terjadi error pada aplikasi BSI *Mobile*, dan pendaftaran BSI *Mobile* yang cukup rumit bagi orang yang sudah tua. Dengan demikian, perbankan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya terhadap teknologi internet serta fitur-fitur lebih lengkap lagi, dan memberi cara lain untuk mendaftar BSI *Mobile*.

Kemudahan penggunaan BSI mobile merupakan salah satu faktor untuk bertransaksi dengan fleksibilitas tempat maupun waktu. Adanya BSI mobile ini menerapkan atau mengaplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, nyaman, murah dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, komputer, laptop, dan sebagainya selama tersedia jaringan internetnya. Dengan adanya kemudahan bertransaksi tersebut, diharapkan nasabah dapat dengan baik dan senang serta termotivasi melakukan transaksi menggunakan BSI *Mobile*. BSI *mobile* merupakan

⁶ Wawancara Ranindya Meilawati, 28 September 2022.

sebuah media internet yang di fasilitasi oleh pihak bank untuk melakukan transaksi secara *online* dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus mengantri di kantor bank atau ATM. BSI *mobile* memudahkan transaksi pembayaran tagihan dan transaksi lainnya yang dilengkapi sistem keamanan.⁷

Banyak penelitian terdahulu yang telah meneliti pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah. Menurut Muhammad Qoes Atieq dan Eva Nurpiani, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* Sedangkan risiko tidak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Secara simultan, kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁸ Menurut Rona Veoninita dan Rojuniah hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kepuasan

⁷Siti Jamidan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking," Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2016), 2.

⁸ Muhammad Qoes Atieq, Eva Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)," Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, Volume 2, Nomor 1, (2022), 36.

memengaruhi kepercayaan, persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi loyalitas, persepsi kemudahan tidak memengaruhi kepercayaan nasabah dan loyalitas, kepercayaan tidak memengaruhi loyalitas dan tidak memediasi persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BCA.

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah tidak mempertimbangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan sebagai faktor utama nasabah dalam memberikan loyalitas terhadap penggunaan *mobile banking* BCA.⁹ Menurut Hesty Handinisari, S.Muhlisin, dan Yono hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan dan kepentingan transaksi, ada pengaruh yang signifikan antara kenyamanan dan kepentingan transaksi, dan ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kepentingan Transaksi. Berdasarkan hasil analisis simultan menunjukkan bahwa *Security, Ease, Trust* secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*.¹⁰

⁹ Rona Veoninita dan Rojuniah. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA," *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 06, Nomor 01, (2022), 43.

¹⁰ Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, dan Yono, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI KCP Jalan Baru)," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 4, Nomor 3, (2023), 56.

Namun ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) sebagai berikut, terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, untuk menunjang loyalitas maka salah satu upaya yang dilakukan yaitu memberikan sebuah kualitas layanan yang berkualitas, kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* tidak mempengaruhi kepercayaan nasabah dan loyalitas, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap loyalitas menggunakan *mobile banking* BSI. Yang membedakan diantara beberapa penelitian ini adalah lokasi penelitian, objek penelitian, variabel independen kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* yang berbeda.¹¹

Berdasarkan perbedaan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai loyalitas nasabah dalam kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile*. Di dalam penelitian ini penulis akan memfokuskan pada nasabah yang berada di BSI KCP Ngawi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis melakukan

¹¹ Ibid., 58.

penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan BSI *Mobile* Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KCP Ngawi”** BSI KCP Ngawi dipilih sebagai tempat penelitian karena BSI KCP Ngawi merupakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan *mobile banking* yang biasa disebut BSI *Mobile* untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah digunakan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kemudahan penggunaan BSI *Mobile* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi?
- b. Apakah kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi?
- c. Apakah kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan diatas, ada beberapa tujuan yang ingin dicapai diantaranya:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi.

- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* secara simultan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu perbankan syariah serta dapat menambah wawasan terkait *M-Banking* yang kini sedang banyak digunakan terutama pada BSI *Mobile*.

b. Manfaat Secara Praktis

1) Bagi BSI KCP Ngawi

Penelitian ini diharapkan berguna untuk acuan dalam kebijakan – kebijakan selanjutnya dalam menarik para calon nasabah maupun nasabah yang belum menggunakan BSI *Mobile* untuk mempermudah suatu transaksi tanpa ke ATM.

2) Bagi Nasabah BSI KCP Ngawi

Hasil dari penelitian ini diharapkan para calon nasabah maupun nasabah yang belum mengetahui serta belum faham akan layanan BSI *Mobile* akan lebih faham dan mengefisienkan transaksi.

E. Sistematika Pembahasan

Tujuan dari sistematika pembahasan ini yaitu agar penyusunan proposal dapat sesuai dengan bidang kajian dan untuk mempermudah

sebuah pembahasan, penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab, dalam setiap babnya terdiri dari beberapa sub bab yang saling terhubung satu dengan yang lainnya sebagai pembahasan yang utuh, berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Data umum dalam penelitian kuantitatif ditulis secara singkat di latar belakang masalah.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan tentang teori yang relevan memuat beberapa pengertian-pengertian dan sifat-sifat yang diperlukan untuk pembahasan pada bab atau di pembahasan selanjutnya sehingga dapat digunakan sebagai dasar penelitian. Penelitian terdahulu memuat penelitian yang dilakukan sehingga dapat di jadikan bahan kajian dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Kerangka berfikir yang menjelaskan alur logika kaitan antar variabel dimana dalam penelitian kuantitatif berupa gambar atau bagan. Serta hipotesis yang memuat pernyataan singkat yang disimpulkan dari landasan teori atau penelitian terdahulu dan merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang dihadapi dan masih harus dihadapi kebenarannya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan tentang jenis dan pendekatan penelitian, variable peneliti dan definisi operasional, lokasi/tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reabilitas instrumen, serta teknik pengolahan dan analisis data serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan pelaksanaan dari hasil penelitian yang berisikan gambaran umum obyek penelitian, data-data yang diperoleh, analisis data dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang memuat secara singkat dan jelas tentang hasil penelitian yang diperoleh sesuai dengan rumusan dan tujuan hasil penelitian. Kesimpulan ditulis berurutan sesuai dengan urutan rumusan masalah. Selain itu, dalam penutup harus ditulis keterbatasan penelitian dan rekomendasi atau saran yang digunakan untuk menyampaikan masalah yang dimungkinkan untuk penelitian lebih lanjut.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian

Loyalitas menggambarkan kesediaan pelanggan atau nasabah agar selalu menggunakan suatu produk dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk tersebut apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk tersebut kepada teman dan rekannya. Menurut Jill Griffin konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku konsumennya dibandingkan dengan sikap.¹ Menurut Oliver dalam Hurryati adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.² Menurut Kotler dan Keller loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau

¹ Jill Griffin, *Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2003),

² Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2005),

berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain.³

Berdasarkan beberapa definisi-defenisi dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

1) Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah atau konsumen menurut Fandy Tjiptono sebagai berikut:

a) Kualitas Layanan

Kesediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan berpengaruh secara langsung dan positif terhadap loyalitas pelanggan karena memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan instansi/perusahaan. Ikatan inilah yang membuat pelanggan menjadi loyal.

³ Kotler Keller, *Marketing Management*, (Person Education, 2012), 143.

b) Kualitas Produk

Kualitas produk yang baik secara langsung dapat mempengaruhi sebuah tingkat kepuasan konsumen dan apabila hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan dapat disebut loyalitas konsumen.⁴

c) Emosional

Keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.⁵

d) Harga

Sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas layanan yang bagus.⁶

⁴ Kotler Keller, *Marketing Management*, (Person Education, 2012), 143.

⁵ Ibid., 144.

⁶ Ibid., 144.

e) Biaya

Jika perusahaan berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi pasti produk yang akan dihasilkan akan bagus dan berkualitas, sehingga konsumen lebih loyal terhadap produk tersebut.⁷

2) Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah menurut Jill Griffin, adalah sebagai berikut:⁸

- a) Melakukan pembelian secara berulang dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
- b) Mereferensikan kepada orang lain.
- c) Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain.
- d) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa indikator Loyalitas Nasabah adalah perilaku nasabah dalam melakukan transaksi secara berulang, memberi rekomendasi pada orang lain untuk menggunakan BSI *Mobile*, menambah jumlah saldo tabungan, menggunakan berulang ulang aplikasi BSI *Mobile*, membicarakan hal-hal positif mengenai produk yang ada di BSI

⁷ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa (Malang: Bayumedia Publishing, 2008), 95.

⁸ Jill Griffin. *Customer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Jakarta: Erlangga, 2005) 31.

Mobile ke orang lain, dan bersedia tetap menjadi nasabah BSI, walaupun terdapat beberapa biaya admin saat bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*.

a. Kualitas Layanan BSI *Mobile*

1) Pengertian

Kualitas layanan (*service quality*) mengacu pada harapan konsumen berdasarkan pengalaman dan reputasi suatu perusahaan. Kualitas layanan (*service quality*) berfungsi sebagai patokan untuk interpretasi kualitas layanan yang mencerminkan apakah kinerja pelayanan aktual telah sesuai atau gagal memenuhi harapan nasabah. Berbeda dengan kualitas barang, kualitas layanan (*service quality*) adalah dimensi abstrak dan sulit dipahami karena fitur yang unik untuk layanan: *intangibility*, *inseparability*, *heterogenitas*, dan tidak merusak produksi dan konsumsi.⁹ Kualitas layanan (*service quality*) mempengaruhi kepuasan pelanggan serta nilai-nilai pelanggan dan dengan demikian mempengaruhi loyalitas pelanggan.¹⁰

Menurut Tjiptono kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Tjiptono dalam

⁹ Cronin, dan Taylor, S.A. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Juny, 1992, 55.

¹⁰ Zeithaml et al. *Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study*, *European. Journal of Marketing* 1996.

Sunyoto bahwa kualitas pelayanan dalam industri jasa, pelayanan adalah suatu bentuk penyajian produk atau jasa yang harus sesuai ukuran yang berlaku dan penyampaian produk atau jasa setidaknya harus sama dengan yang diinginkan oleh konsumen.¹¹ Menurut Wyock dalam Tjiptono kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan dari suatu perusahaan atau nilai (*excellent*) yang diharapkan oleh konsumen dan seluruh pengendalian produknya dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam penelitian ini, variabel kualitas layanan merujuk pada teori dari Parasuraman et al yang dimana dalam teori tersebut perusahaan untuk lebih menekankan dalam kualitas layanan dan kemudian di komperasikan dengan teori dari Tatik Suryani terkait dimensi atau indikator layanan berbasis elektronik.¹² Parasuraman et al menguraikan definisi kualitas layanan sebagai pertimbangan totalitas kinerja suatu perusahaan atau jasa tertentu sesuai dengan ekspektasi konsumen serta dalam mengembangkan dimensi kualitas layanan dapat menggunakan model *servqual* yang meliputi: *tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance*.¹³

2) Indikator Kualitas Layanan

¹¹ Fandy Tjiptono, Edisi Kedua, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

¹² Tatik Suryani. Perilaku Konsumen di Era Internet. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 53.

¹³ Parasuraman, A, V.A. Zeithami and L.L Berry, "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Volume 64, (1988), 40.

Adapun penjelasan indikator-indikator Kualitas Layanan yang dijabarkan sebagai berikut :¹⁴

- a) Bukti langsung (*Tangible*) didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, personil dan bahan komunikasi. Pada aplikasi, tangible ini diterjemahkan sebagai keberwujudan dari tampilan aplikasi *Mobile Banking* BSI
- b) *Efficiency*, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
- c) Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Dimensi ini sering dianggap paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa.
- d) Daya tanggap (*responsiveness*) yakni respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- e) Jaminan (*assurance*) didefinisikan sebagai kemampuan dalam menyampaikan kepercayaan dan keyakinan hal ini meliputi keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang

¹⁴ Ibid., 41

ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.¹⁵

- f) Empati (*empathy*) yakni perhatian secara individu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami kegiatan dan kebutuhan pelangganya.¹⁶

b. Kemudahan Penggunaan

1) Pengertian

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) menurut Davis didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.¹⁷ Menurut Jogiyanto kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah dalam pengoperasiannya.¹⁸ Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya bukan untuk menyulitkan pemakainya. Dengan kata lain,

¹⁵ Ibid., 54.

¹⁶ Ibid., 55.

¹⁷ Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information," *MIS Quarterly* Volume 1, Nomor 3. (1989), 319.

¹⁸ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, Edisi Revisi. (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 79.

seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual. Dari definisi diatas kemudahan penggunaan adalah suatu sikap percaya bahwa penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan yang mana akan terbebas dari usaha pada saat menggunakannya. Variabel kemudahan penggunaan *mobile banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan BSI *mobile* dapat dengan mudah dipahami, dipelajari dan digunakan.

2) Indikator kemudahan pengguna

Indikator kemudahan penggunaan menurut Venkatesh dan Davis yaitu membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi berikut:¹⁹

- a) *Easyness* adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan ini mengacu pada semudah apa website dapat dijalankan oleh individu.
- b) *Clear and understandable* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan mengacu pada sebuah fitur yang memiliki informasi yang mudah dipahami.
- c) *Easy to learn* adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu

¹⁹ Ibid., 80.

dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses sehari-hari.

- d) *Overall easyness* adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dimensi ini mengacu pada kemudahan secara keseluruhan yang dirasakan dalam menggunakan website internet.²⁰

B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu.

Tabel 3.1 Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Frida Ayu Setianingsih, Endang Etty, dan Edy	Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas	Terdapat variable Y yang sama dengan penelitian yang	Variable X berbeda dengan penelitian yang dilakukan .	Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk tabungan dan

²⁰ Davis, Venkatesh. *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*. *Information Systems Research*, Volume 11, Nomor 4, (2016) 342.

	Supriyadi (2019)	Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten TBK Di Wilayah Depok)	akan dilakukan yaitu Loyalitas Nasabah.		kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank, hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kualitas produk tabungan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya kualitas produk dan kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas nasabah. ²¹
--	---------------------	--	---	--	---

²¹ Frida Ayu Setianingsih, Endang Etty, dan Edy Supriyadi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten TBK Di

2	Muhammad Ibnu Rosyid, Maya Ariyanty, khrisna Kusumahadi. (2019)	Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna <i>Mobile Banking (M-Banking)</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Pada bank BCA Di Bandung.	Variable Y yang digunakan sama dengan variable Y yang akan dilakukan penelitian.	Terdapat perbedaan tempat, variable X berbeda, Serta perbedaan menggunakan <i>M-banking</i> di bank syariah dan konvensional.	Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa hasil dari penelitian ini terdapat hipotesis diterima dan menyatakan <i>E-Servqual</i> dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. ²² Berdasarkan hasil penelitian, maka untuk menunjang loyalitas maka salah satu upaya yang dilakukan yaitu memberikan sebuah kualitas layanan yang berkualitas yang meliputi kecepatan,
---	---	--	--	---	---

Wilayah Depok)". Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi, Volume 1, Nomor 1, (2019).

²² Muhammad Ibnu Rosyid, Maya Ariyanty, khrisna Kusumahadi, Pengaruh *E-Servqual* dan Kepuasan Pengguna *Mobile Banking (M-Banking)* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada bank BCA Di Bandung, *e-Proceeding of Management* : Volume 6, Nomor 3, (2019).

					kesetabilan, keamanan dan kepercayaan, hal ini bertujuan untuk memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, dan dapat melihat seberapa besar pengaruh <i>e-servqual</i> dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. ²³
3	Achmad Fandi (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.	Variable X sama dengan penelitian yang akan dilakukan , kesamaan pembahasan <i>mobile banking</i> .	Perbedaan penggunaan teori, terdapat Y di penelitian yang akan dilakukan ,serta perbedaan lokasi penelitian.	Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. ²⁴

²³ Ibid.,

²⁴ Achmad Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya", Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2, Nomor 3, (2019).

4	Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul Jalil. (2020)	Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)	Variable X (Pelayanan <i>Mobile Banking</i>) sama halnya variable X2 yang akan dilakukan peneliti ini.	Perbedaan teori yang digunakan, variable X2, dan Y juga berbeda. Dengan yang saya lakukan	Variabel independen (Kecepatan, Keamanan, akurasi data, dan Kepercayaan) dapat menjelaskan variabel dependen (Kepuasan nasabah) sebesar 60%, sedangkan sisanya diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. ²⁵
5	Ahmad Suminto, Shinta Maharani (2020)	“Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality</i> Dan <i>Corporate Image</i> Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah kantor Cabang	Persamaan pada variable yang di uraikan yaitu kualitas layanan serta loyalitas nasabah	Perbedaan, pada jurnal tersebut membahas kualitas dan layanan suatu objek, variable kualitas dan layanan yang akan diteliti lebih spesifik pada <i>mobile banking</i> pada	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial variabel CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT BRISyariah KCP Ponorogo. Secara

²⁵ Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul Jalil “Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)”, Volume 2, Nomor 1, (2020).

		Pembantu Ponorogo,”		suatu Bank Syariah	parsial variabel IB-SQ dan Corporate Image mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT BRISyariah KCP Ponorogo. Kemudian variabel CSR, IB-SQ dan <i>Corporate Image</i> secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT BRI Syariah KCP Ponorogo. ²⁶
6	Mita Handayani dan Merta Kusuma (2021)	Pengaruh <i>Service Quality</i> dan <i>Costumer Releationship Management</i> Terhadap Loyalitas	Persamaan pada Variable Y (loyalitas nasabah)	Perbedaan pada variable X1 maupun X2, serta teori, lokasi yang dinakan berbeda.	Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa variabel <i>service quality</i> (X1) dan <i>customer</i>

²⁶ Ahmad Suminto, Shinta Maharani, “Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Islamic Banking Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah kantor Cabang Pembantu Ponorogo,” El-Barka: *Journal Of Islamic Economics and Business*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 53.

		Nasabah Pada Bank BSI KC Bengkulu S.Parman 2			<i>relationship management</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), dimana tingkat signifikansi $<0,05$. Ini berarti H_0 ditolak H_a diterima. ²⁷
7	Nur'aeni, Susi Susanti, dan Mimin Mintarsih (2021)	Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang	Terdapat kemiripan variable X dan Y namun spesifikasi tidak sama. Yang sama terletak pada loyalitas nasabah dan kualitas saja.	Perbedaan lokasi penelitian, nama instansi, penggunaan teori, pada penelitian terdahulu loyalitas nasabah tertuju pada nasabah tabungan tetapi di penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur, kualitas produk, dan bagi hasil memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada tabungan Mudharabah. ²⁸

²⁷ Mita Handayani dan Merta Kusuma, "Pengaruh *Service Quality* dan *Costumer Releationship Management* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KC Bengkulu S.Parman 2" EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, Volume 2, Nomor 4, (2021).

²⁸ Nur'aeni, Susi Susanti, dan Mimin Mintarsih, "Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek", *Indonesian Journal of Economics and Management*, Volume 2, Nomor 1, (2021).

		Pembantu Rancaekek		yang baru loyalitas nasabah pengguna BSI <i>Mobile</i> .	
8	Maulida Nurhidayati, Novi Kurnia Cahyani. (2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E- Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo	Persamaan pada Variable Loyalitas nasabah	Perbedaan dari variable X1 berbeda dengan yang akan diteliti, perbedaan peneitian pada e channel dan BSI <i>Mobile</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah, kemudahan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah akan tetapi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. berpengaruh pada loyalitas nasabah, Selain itu, kepuasan nasabah mampu memediasi pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah serta mampu memediasi pengaruh kualitas

					pelayanan terhadap loyalitas nasabah. ²⁹
9	Muhammad Qoes Atieq, Eva Nurpiani, (2022)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)	Sama sama menggunakan metode kuantitatif, penggunaan variable X1 kemudahan penggunaan sama.	Perbedaan tempat penelitian, variable X2 dan Y	Hasil dari penelitian ini kemudahan penggunaan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . ³⁰ Sedangkan risiko tidak memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat

²⁹ Maulida Nurhidayati, Novi Kurnia Cahyani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," Etihad: *Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 147.

³⁰ Muhammad Qoes Atieq, Eva Nurpiani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)," Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa, Volume 2, Nomor 1, (2022).

					menggunakan <i>mobile banking</i> . Secara simultan, kemudahan penggunaan, manfaat dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . ³¹
10	Rona Veoninita dan Rojuniah (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> BCA	Variable X1 Kemudahan dan X2 sama dengan variable x yang akan diteliti. Sama sama menggunakan metode kuantitatif.	Variable X3 dan Y berbeda, lokasi penelitian berbeda. Beda Segi Bank Syariah dan konvensional.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi kepercayaan, persepsi kegunaan dan kepuasan memengaruhi loyalitas, persepsi kemudahan tidak memengaruhi kepercayaan nasabah dan loyalitas,

³¹ Ibid.,

					kepercayaan tidak memengaruhi loyalitas dan tidak memediasi persepsi kemudahan, kegunaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah BCA. Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah tidak mempertimbangkan persepsi kemudahan dan kepercayaan sebagai faktor utama nasabah dalam memberikan loyalitas terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> BCA.³²
--	--	--	--	--	---

³² Rona Veoninita dan Rojuniah. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA”, Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Volume 06, Nomor 01, (2022).

11	Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, dan Yono. (2022)	Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (BSI KCP Jalan Baru)	Variable X2 (kemudahan) sama dengan variable x yang akan diteliti. Sama sama menggunakan metode kuantitatif.serta membahas layanan <i>Mobile banking</i> di BSI.	Variable x1 dan y berbeda, lokasi penelitian berbeda, teori yang digunakan juga berbeda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan dan Kepentingan Transaksi, ada pengaruh yang signifikan antara Kenyamanan dan Kepentingan Transaksi, dan ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kepentingan Transaksi. Berdasarkan hasil analisis simultan menunjukkan bahwa <i>Security, Ease, Trust</i> secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . ³³
----	--	--	--	--	--

³³ Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, dan Yono, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan

12	Sri Ismulyaty, Nurmaini, dan May Roni (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet <i>banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo).	Variable X1 sama dengan Variabel X2 yang akan diteliti, begitu juga dengan variable Y Loyalitas Nasabah.	Terdapat perbedaan di variable X2 pada penelitian terdahulu dan penggunaan fiturnya, teori yang digunakan juga berbeda.	Hasil analisi regresi linear berganda menunjukkan bahwa adalah 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
----	--	---	--	---	---

Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI KCP Jalan Baru“ , El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam , Volume 4, Nomor 3, (2023).

					kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pengguna internet banking . ³⁴
13	Putri Amalia Anna Zakiyah Hastriana (2022)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan, dan Fitur <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep).	Variable X2 sama dengan Variable X2 yang akan dilakukan penelitian, serta Variable Y2 saama dengan Y1 yang akan diteliti.	Terdapat Perbedaan yaitu tidak terdapat variable kemanfaatan dan keamanan pada penelitian yang akan dilakukan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan <i>m-banking</i> berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah. ³⁵
14	Nurul Azizah Aunillah	Pengaruh Promosi dan	Persamaan hanya di	Perbedaan tempat lokasi	Hasil pengujian data dikumpulkan

³⁴ Sri Ismulyaty, Nurmaini, dan May Roni, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet *banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)", Jurnal Nisbah, Volume 8, Nomor 1, (2022).

³⁵ Putri Amalia, Anna Zakiyah Hastriana, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)", Alkasb: *Journal of Islamic Economics published by Departement of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Annuqayah Institute of Islamic Sciences*, Sumenep, Volume 1, Nomor 1 (2022), 70-89.

	Devy Dan Khusnul Fikriyah (2022)	Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro	<i>mobile banking</i> saja	penelitian, variable X dan Y juga berbeda.	dengan menggunakan data kuantitatif dalam penelitian ini. Sebanyak 92 pengguna layanan Bsi mobile Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Diponegoro termasuk dalam belajar. Regresi linier berganda digunakan sebagai metode pendekatan. Temuan tes parsial menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas layanan memiliki dampak yang menguntungkan bagi pelanggan pengambilan keputusan. ³⁶ Temuan pengujian
--	----------------------------------	---	----------------------------	--	---

³⁶ Nurul Azizah Aunillah Devy Dan Khusnul Fikriyah, “ Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro”, Volume 2, Nomor 1, (2022).

					secara simultan mengungkapkan bahwa variabel promosi dan kualitas layanan berpengaruh keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan bsi mobile secara positif dan signifikan. ³⁷
15	Evan Hamzah Muchtar, Muhammad Nurul Alim, dan Nikmatul Nurjanah. (2022)	Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna <i>Mobile</i>	Variable X2 yang dikaji sama, serta variable Y sama dengan penelitian yang akan dilakukan.	Perbedaan penggunaan teori , perbedaan variable X1 , Tidak ada variable X3, lokasi peneitian serta metode yang digunakan juga berbeda.	Hasil dari penelitian ini adalah ada 3 faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yakni citra merk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan. ³⁸

³⁷ Nurul Azizah Aunillah Devy Dan Khusnul Fikriyah, “ Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro”, Volume 2, Nomor 1, (2022).

³⁸ Evan Hamzah Muchtar, Muhammad Nurul Alim, dan Nikmatul Nurjanah, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile*”, *Best: ISLAMIC BANKING & ECONOMIC LAW STUDIES* Volume 1, Nomor 2, (2022)

		<i>Banking</i> (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia)			
16	Sarimuda (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah bank BCA Jambi dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variable <i>Intervening</i> .	Terdapat persamaan variable X2 dengan variable Y yang baru diteliti.	Perbedaan lokasi penelitian, perbedaan variable X. Serta perbedaan teori yang digunakan.	Hasil analisis statistik membuktikan bahwa secara parsial kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk pengaruh secara simultan, kualitas layanan <i>mobile banking</i> melalui kebahagiaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. ³⁹ Hasil penelitian ini berimplikasi terhadap upaya

³⁹ Sarimuda, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah bank BCA Jambi dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variable Intervening", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu) Volume 11, Nomor 01, (2022).

					perusahaan dalam hal ini Bank BCA Jambi untuk mengembangkan layanan <i>mobile banking</i> , agar nasabah bahagia dan puas sehingga dapat lebih loyal kepada perusahaan. ⁴⁰
17	Siti Azza Nur Aisah (2022)	Pengaruh Brand Equity dan Aksesibilitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating	Persamaan pada variable X2 Layanan <i>mobile banking</i> , variable Y yang digunakan loyalitas nasabah sama dengan penelitian yang akan dilakukan.	Perbedaan pada variable X1, lokasi peneltian, serta penggunaan teori.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand equity berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, religiusitas tidak mampu memperkuat pengaruh brand equity terhadap

⁴⁰ Ibid.,

					loyalitas nasabah dan religiusitas tidak mampu memperkuat aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah. ⁴¹
--	--	--	--	--	---

Dalam penelitian ini terdapat kesenjangan dengan penelitian sebelumnya baik dari lokasi penelitian, variable yang digunakan serta teori yang digunakan. Oleh sebab itu, penulis termotivasi untuk melakukan Penelitian ini untuk mengetahui fakta dari fenomena promosi digital yang terjadi, mengenai seberapa besar pengaruh dari kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap Loyalitas Nasabah. Berdasarkan ketidaksesuaian antara teori dan praktik tersebut peneliti terdorong dalam mengkajinya.

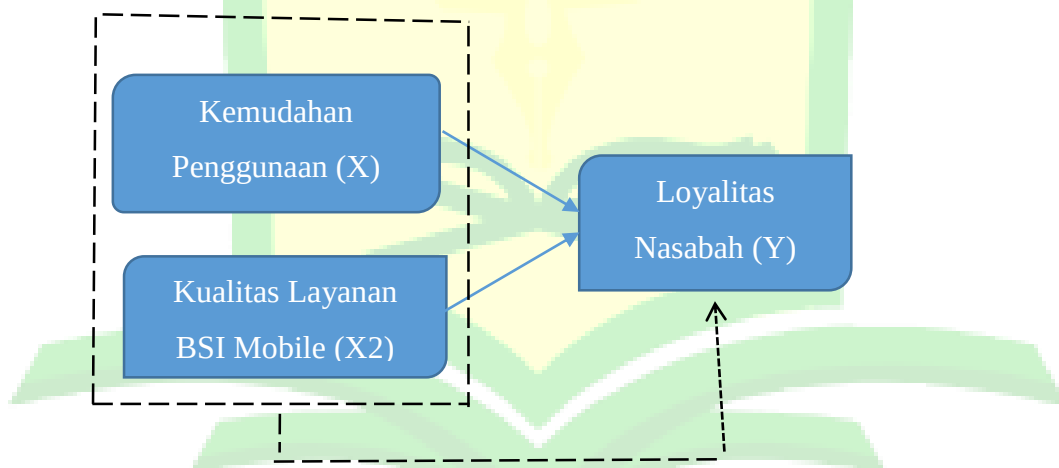
C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir suatu uraian yang bersifat teoritis, suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴² Di dalam

⁴¹ Siti Azza Nur Aisah, "Pengaruh Brand Equity dan Aksesibilitas Layanan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating", Skripsi (UIN Yogyakarta, 2022).

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 60.

penelitian ini kerangka pemilikan yang disajikan pada gambar diatas menjelaskan bahwa , loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi menggunakan BSI *Mobile* oleh kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan BSI *Mobile*. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan dua variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat) secara parsial maupun simultan. Variabel independen yang digunakan yaitu Kemudahan Penggunaan (X1), Kualitas Layanan BSI *Mobile* (X2). Sedangkan variabel dependen yaitu Loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi (Y). Maka akan dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Keterangan:

— : Secara Parsial
 - - - : Secara Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan atau jawaban sementara dari permasalahan penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.⁴³ Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan selanjutnya dijelaskan bahwa hipotesis dirumuskan guna menggambarkan interaksi dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas serta ada yang membandingkan satu variabel dari dua sampel.⁴⁴ Dari rumusan masalah dan kerangka berfikir diatas maka peneliti bisa menetapkan hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan BSI *Mobile* Terhadap Loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

Menurut Davis mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.⁴⁵ Hubungan kepercayaan dengan loyalitas nasabah yaitu, semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap suatu produk, maka akan semakin tinggi pula tingkat kesetiaan nasabah pada suatu produk. Selain itu teori ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan

⁴³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

⁴⁴ Arikunto, Suharsimi. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. (PT. Rineka Cipta 2002), 8.

⁴⁵ Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. United States: Management Information Systems Research Center, (1989) University of Minnesota.

oleh Rona Veoninita dan Rojuniah. Menjelaskan bahwa Persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Hal tersebut berarti dengan adanya persepsi kemudahan bukan suatu hal yang menjadi pertimbangan nasabah untuk percaya dalam penggunaan aplikasi. Responden beranggapan semakin mudah aplikasi financial dapat diakses, maka akan semakin mudah hacker dalam melakukan peretasan atau pencurian data dari handphone nasabah.⁴⁶ Maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₀₁: Kemudahan Penggunaan BSI Mobile tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

H_{a1}: Kemudahan penggunaan BSI *Mobile* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

2. Pengaruh kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap loyalitas Nasabah BSI KCP Ngawi

Kualitas layanan (*service quality*) adalah dimensi abstrak dan sulit dipahami Cronin dan Taylor karena fitur yang unik untuk layanan: *intangibility*, *inseparability*, *heterogenitas*, dan tidak merusak produksi dan konsumsi. Penelitian Heri Setiawan yang sejalan dengan teori tersebut dapat disimpulkan hasilnya kualitas

⁴⁶ Rona Veoninita dan Rojuniah. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking BCA", *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 06, Nomor 01, (2022).

layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti (diterima).⁴⁷ Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.⁴⁸ Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aliabadi yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas layanan dan Loyalitas. Adanya hubungan antara kualitas layanan dan retensi pelanggan pada tingkat yang lebih tinggi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak pada perilaku konsumen, di mana kualitas layanan yang unggul mengarah ke niat perilaku yang menguntungkan yaitu loyalitas pelanggan, sementara niat perilaku yang tidak menguntungkan adalah konsekuensi dari kualitas pelayanan rendah..⁴⁹ Maka penulis merumuskan hipotesis penelitian variable daya saing produk pembiayaan Mudharabah sebagai berikut:

H0₂: Kualitas Layanan BSI *Mobile* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

⁴⁷ Heri Setiawan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Volume 20, Nomor 3, (2016).

⁴⁸ Ibid.,

⁴⁹ Aliabadi, Bahareh Moradi. Shidinavid, Babakjam. & Namamian, Farshid. Design and Explain the Factors Affecting Customer Loyalty in Online Banking, International Research Journal of Applied and Basic Sciences, 4 (9): 2782-2791. (2013)

Ha₂: Kualitas Layanan BSI *Mobile* (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KCP Ngawi.

Menurut Kotler, kualitas layanan adalah suatu penilaian atas jasa yang diterima dengan baik atau buruk. Artinya jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan maka kualitasnya dianggap baik, namun jika pelayanan yang diberikan kurang dari harapan maka kualitasnya dianggap buruk.⁵⁰ Aksesibilitas berarti dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi seseorang dalam menggunakan sebuah layanan. Aksesibilitas memandang dari segi kompleksitas tersedianya infrastruktur digital ataupun dari kesiapan seseorang dalam menghadapi berbagai praktik aktivisme.⁵¹

Tingkat aksesibilitas dapat ditinjau dari seberapa banyak ketersediaannya sistem jaringan pada suatu daerah. Semakin banyak tersedianya sistem jaringan pada suatu daerah, maka semakin mudah pengguna dalam mendapatkan aksesibilitas. Begitu juga sebaliknya, semakin sedikit tingkat aksesibilitas yang diperoleh maka semakin sulit dalam mendapatkan aksesibilitasnya. Penelitian yang dilakukan

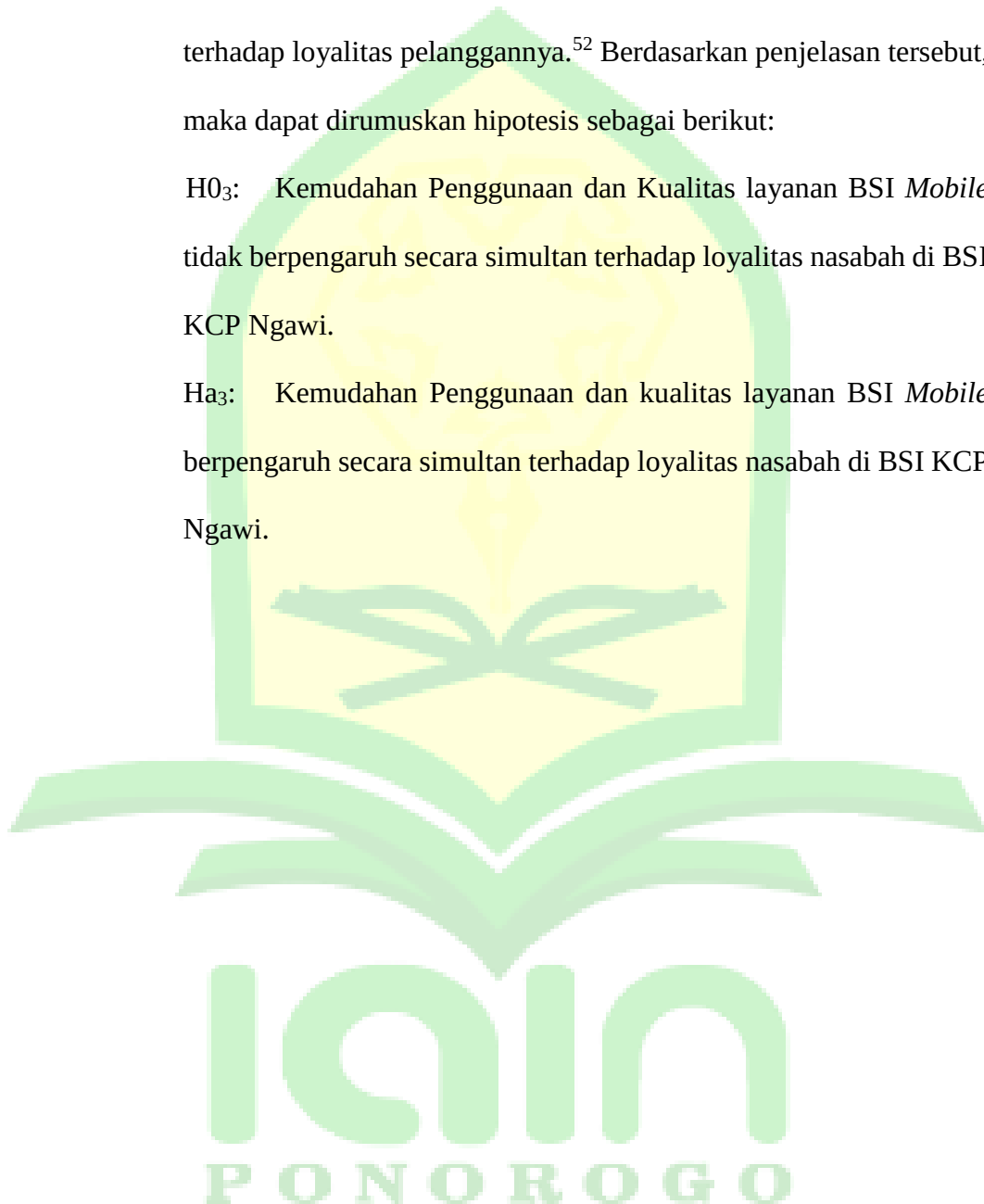
⁵⁰ Kotler, Philip. 2000. Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen. Jakarta: Prenhalindo.

⁵¹ Rahmawan, D. *Opportunities and challenges of digital media utilization for youth activism in Indonesia*. In S. W. Priyadharma, I. Mirawati, & N. M. Hartoyo (Ed.), *Indonesian Media and Social Transformation: Reports from the field* (hal. 221–242). Bandung: BITREAD Publishing.(2020)

oleh Sriyuni et al, menyatakan bahwa aksesibilitas dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap pertumbuhan bisnis *online*. Semakin berkembangnya suatu produk, maka berpengaruh terhadap loyalitas pelanggannya.⁵² Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H0₃: Kemudahan Penggunaan dan Kualitas layanan BSI *Mobile* tidak berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

Ha₃: Kemudahan Penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.



⁵² Sriyuni, dkk, "Pengaruh aksesibilitas dan kualitas produk terhadap pertumbuhan bisnis online", *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* Volume 1, Nomor 2, (2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan data berupa angka, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum.¹ Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu suatu penelitian memaparkan data yang didapatkan dan selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan pendekatan landasan teori yang ada sebagai pijakan dalam menganalisis.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Ada dua macam variabel dalam penelitian ini.²

¹ Nikolaus Duli, Metodologi Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 3.

² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017) 64.

1. Variable Independen (X)

Variabel independen atau variable bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain (variabel dependen). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yakni kemudahan penggunaan (X1) dan kualitas layanan BSI *Mobile* (X2).³

2. Variable Dependen (Y)

Variable dependen atau variable terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).⁴

3. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu batasan operasional yang dipakai untuk meneliti variabel-variabel yang akan dijalankan. Hal ini dimaksudkan supaya tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda mengenai variabel yang akan diteliti.⁵

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 39.

⁴ Ibid., 39.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 15.

Tabel 3.2 Variable dan Definisi Operasional

Variable	Definisi	Indikator
Kemudahan penggunaan (X1) Menurut Davis	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.	1. <i>Easyness</i> (kemudahan) 2. <i>Clear and understandable</i> (bisa dimengerti dan dipahami) 3. <i>Easy to learn</i> (mudah untuk dipelajari) 4. <i>Overall easiness</i> (kemudahan dari keseluruhan)
Kualitas Layanan BSI Mobile (X2) menurut Tjiptono	Kualitas layanan (<i>service quality</i>) adalah dimensi abstrak dan sulit dipahami karena fitur yang unik untuk layanan. kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi	1. <i>Tangible</i> (bukti langsung) 2. <i>Efficiency</i> 3. <i>Reliabilitty</i> (keandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 5. <i>Emphaty</i> (empati)

	kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi pelanggan	
Loyalitas Nasabah (Y) Kotler, Keller	Menurut Kotler dan Keller loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain	1. Penggunaan berulang 2. Mereferensikan orang lain 3. Membicarakan hal positif pada produk tersebut 4. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi Sudirman 1 yang beralamat di Jl. Panglima Sudirman No.07 Kerek Margomulyo, Kecamatan Ngawi, Kabupaten Ngawi Jawa Timur. Alasan memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian karena peneliti sering menemukan permasalahan terkait terkait BSI *Mobile*.

b. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yang dilakukan pada bulan Februari 2023.

Tabel 3.3 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2023			
		Februari	Maret	April	Februari
1	Pengesahan Proposal Skripsi	22			
2	Penelitian dan Mencari Responden	23	10		
3	Pengolahan data, analisis data dan Penulisan Skripsi				

D. Populasi dan Sample

Dapat dilihat dari jumlah populasinya, populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi yang mempunyai batas (*finite population*) dan populasi

yang yang tidak terbatas maupun tidak diketahui jumlahnya (*infinite population*).⁶ *Finite population* memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai elemen atau anggota yang dapat dihitung atau dapat diketahui berapa jumlahnya. Sedangkan *Infinite population* mempunyai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya.

Menurut ilmu statistik, sampel adalah bagian dari populasi. Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus bersifat *representatif* atau mewakili. Jika jumlah sampel tidak representatif (mewakili), maka hasil penelitian tidak bisa mewakili populasi.⁷ Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan Rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*). Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

⁶ Indra Jaya, Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan Ed. 1 (Jakarta: Kencana 2019), 17.

⁷ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2017), 125.

⁸ Lemeshow, S., Jr., Hosmer, W. D., Klar, J., and Lwanga, K. (1990). Adequacy of Sample Size in Health Studies. John Wiley & Sons Ltd: England.

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96 orang. Jumlah sample dibulatkan menjadi 100 nasabah, karena untuk berjaga-jaga apabila terdapat suatu data yang tidak valid dan tidak reliabel, maka diganti dengan data yang telah dicadangkan tersebut. Teknik penarikan sample yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, dengan ketentuan sampel yang akan

diambil berdasarkan pertimbangan tertentu.⁹ Hal – hal yang dipertimbangkan oleh peneliti antara lain sebagai berikut:

- a. Nasabah yang menggunakan *BSI Mobile*
- b. Responden dengan radius 5 meter – 500 meter dari BSI KCP Ngawi.
- c. Bertanya kepada nasabah satu persatu, pengguna *BSI Mobile* atau tidak.
- d. Sering bertransaksi menggunakan *BSI Mobile* atau tidak.

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang datanya dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis dengan menggunakan teknik statistik.¹⁰ Sumber data yang digunakan yaitu data primer, data tersebut diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dengan cara membagikan suatu pernyataan melalui kuesioner kepada responden untuk diisi sesuai

⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta 2019), 133.

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta 2012), 12.

yang fakta yang sedang dialami.

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini berasal dari sumber data primer, yang bisa didapat melalui responden dengan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi, kuesioner

1. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis untuk mengumpulkan data. Wawancara pada penelitian ini dilakukan pada nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1 untuk mengetahui secara obyektif bagaimana nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*.

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹¹ Maka dari populasi yang telah dipilih, 100 pengguna *BSI Mobile* sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi Sudirman 1 akan dijadikan responden dari kuisisioner yang akan diberikan. Dan kuisisioner ini menggunakan metode skala likert, instrumen pada skala likert yang sebenarnya ada lima jawaban, namun peneliti hanya menggunakan empat jawaban, responden dapat memilih

¹¹ Ibid., 12.

salah satu antara cenderung pro atau kontra dengan pernyataan yang diberikan, jika responden terlalu banyak memilih poin netral karena tidak memahami informasi dalam pernyataan yang diberikan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencarian data mengenai beberapa variable yang bersangkutan dengan penelitian berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan lain lain.

G. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dilakukan pada kuesioner ini adalah dengan cara membagikan sebanyak 100 kuesioner yang akan dibagikan secara acak kepada nasabah pengguna BSI *Mobile*. Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian, yang pertama terkait dengan karakteristik nasabah berdasarkan segmentasi demografi, seperti nama, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Bagian kedua berisi pernyataan yang merupakan penjabaran dari operasional variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi Sudirman 1. Adapun kategori yang digunakan adalah kategori score seperti dibawah ini:

Tabel 3.4 Instrumen Penelitian

Variable	Definisi	Indikator	Butir Soal
Kemudahan penggunaan (X1)	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana	1. <i>Easyness</i> (kemudahan) 2. <i>Clear and</i>	1-2

Menurut Davis	seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan.	<i>understandable</i> (bisa dimengerti dan dipahami) 3. <i>Easy to learn</i> (mudah untuk dipelajari) 4. <i>Overall easiness</i> (kemudahan dari keseluruhan)	3-4 5-7 8-11
Kualitas Layanan BSI Mobile (X2) menurut Tjiptono	Kualitas layanan (<i>service quality</i>) adalah dimensi abstrak dan sulit dipahami karena fitur yang unik untuk layanan. kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi pelanggan	1. <i>Tangible</i> (bukti langsung) 2. <i>Efficiency (Efisien)</i> 3. <i>Reliability</i> (keandalan) 4. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 5. <i>Emphaty</i> (empati)	1-2 3-4 5-6 7-9 10-11
Loyalitas Nasabah (Y) Kotler, Keller	Menurut Kotler dan Keller loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan	1. Penggunaan berulang 2. Mereferensikan orang lain	1-2 3-4

	produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain	3. Membicarakan hal positif pada produk tersebut	5-7
		4. Menunjukkan kekebalan terhadap pesaing.	8-10

Tabel 3.5 Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2017

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana sebuah alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrument yang seharusnya diukur.¹² Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dapat dikatakan sah

¹² Ibid, 104.

atau valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan SPSS 22. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table seperti berikut:

- a. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka data dinyatakan valid.
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka data dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif secara esensial dapat disinonimkan dengan kata diandalkan, konsistensi dan replikasibilitas dari waktu ke waktu, atas suatu instrument dan kelompok responden.¹³ Suatu kuisioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan menggunakan uji statistic Cronbach Alpha SPSS 22. Suatu konstruk dikatakan jika memberikan nilai Cronbach Alpha >0.6 , maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.¹⁴

I. Teknik Pengolahan dan Analisis data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus

¹³ Lijan Poltak Sinambela, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014), 166.

¹⁴ Ibid. 108.

dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Berikut ini jenis-jenis uji asumsi klasik:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan residual mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti disitribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikansinya. Jika signifikan $>0,05$ maka residual berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $<0,05$ maka residual tidak berdistribusi secara normal.¹⁵

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas adalah keadaan jika suatu variable bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas.¹⁶ Pada model regresi yang baik seharusnya

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 49.

¹⁶ Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edissi 8 Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2016) .110.

tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Metode untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat *dari tolerance value atau Variance Inflation Factor (VIF)*. Batas kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.¹⁷ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas menurut Ghozali sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Tolerance variable $>$ dari 0,10 dan nilai VIF $<$ 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai Tolerance variable $<$ dari 0,10 dan nilai VIF $>$ 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berganda terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas atau mempunyai varians yang homogen. Metode yang digunakan adalah Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 5% atau 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau terjadi

¹⁷ Ibid, 159.

ketidaksamaan varians pada variabel yang satu dengan variabel lainnya.¹⁸

d. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi, peneliti menggunakan uji autokorelasi yang bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$ pada persamaan regresi linier. Jika terjadi kasus korelasi maka akan ditunjukkan adanya masalah autokorelasi. Model regresi yang baik ialah model yang regresi nya bebas dari autokorelasi. Salah satu cara untuk mengetahui dan mendeteksi autokorelasi adalah dengan Uji Durbin Watson.¹⁹

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen.²⁰

b. Uji T (Parsial)

Uji T menunjukkan nilai signifikan dari tiap-tiap koefisien

¹⁸ Didi Pianda, *Kinerja Guru: Kompetensi Guru, Motivasi Kerja dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 146.

¹⁹ Tony Wijaya, *Analisis data penelitian menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 121.

²⁰ Kadir, *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 2015), 156.

regresi terhadap kenyataan yang ada. Langkah-langkah untuk melakukan uji parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis nilai dan alternatif.
 - a) H_0 : x_1 = kemudahan penggunaan BSI mobile tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - b) H_a : x_1 = kemudahan penggunaan BSI mobile berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - c) H_0 : x_2 = kualitas layanan BSI *Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - d) H_a : x_2 = kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.

- 2) Menentukan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) pada t-tabel.

Tingkat signifikat (α) dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha=5\%$ dengan uji dua

pihak.²¹

²¹ Ibid., 171.

3) Kriteria pengujian

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kemudahan penggunaan *BSI Mobile* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - b) Apabila $t_{hitung} < t_{table}$ H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kemudahan penggunaan *BSI Mobile* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - c) Apabila $t_{hitung} > t_{table}$ H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas layanan *BSI Mobile* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.
 - d) Bila $t_{hitung} < t_{table}$ H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya kualitas layanan *BSI Mobile* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Ngawi.²²
- c. Uji F (Simultan)

Uji f (simultan) digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh antara dua variabel bebas (kemudahan penggunaan

²² Riduwan, *Dasar-dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2014), 211.

dan kualitas layanan BSI *Mobile*) terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah) secara bersama-sama sehingga bisa diketahui apakah dengan data yang telah ada dapat di tolak atau diterima. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1) Menentukan tingkat signifikan

Nilasi sig $\alpha = 0,05$ dan F table Tingkat signifikan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05. F table dapat dicari dengan menentukan besar derajat pembilang dan derajat penyebut. Untuk derajat pembilang menggunakan k (k adalah banyaknya prediktor), sedangkan derajat penyebut menggunakan $n-k-1$.

2) Kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

a) Apabila nilai sig $\alpha < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara simultan variable independen terhadap dependen.

b) Apabila nilai sig $\alpha > 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh secara simultan variable independen terhadap dependen.²³

²³ Ibid., 218.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai-nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Secara umum, koefisien determinan untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*timeseries*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi. Untuk menjelaskan aplikasi dengan menggunakan program SPSS.²⁴ Untuk mengetahui presentase besarnya perubahan variabel independen yang disebabkan oleh variabel dependen. Koefisien determinasi ini dimana:

R^2 : Koefisien determinasi

Y: Loyalitas Nasabah

X1: Kemudahan Penggunaan

X2: Kualitas Layanan BSI *Mobile*.

²⁴ Kadir, *Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Jakarta:Rajawali, 2015), 200.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Obyek Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki potensi menjadi negara yang terdepan dalam industri keuangan berbasis syariah. Semakin tinggi kesadaran masyarakat terhadap produk-produk halal merupakan faktor penting dalam mengembangkan ekosistem industri halal di Indonesia. Salah satu dari sekian banyak produk halal di Indonesia ini salah satunya adalah Bank Syariah.¹

Bank Syariah menjadi dasar penting sebagai pemberi fasilitas bagi kegiatan dalam sektor ekonomi maupun sistem dalam industri halal. Keberadaan perbankan syariah sendiri selama kurang lebih tiga puluh tahun di Indonesia juga menunjukkan peningkatan serta perkembangan yang signifikan. Perkembangan ini dapat dilihat dari berbagai sisi, mulai dari semakin meningkatnya peningkatan pelayanan dari tahun ke tahun, pengembangan jaringan hingga adanya inovasi produk-produk dari Bank Syariah. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang memiliki Bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

¹ www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 25 Februari 2023)

Pada tanggal 01 Februari 2021 yang bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia atau yang bisa disebut dengan BSI. Penggabungan Bank Syariah ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Bank Mandiri, BNI dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian dan BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan dari ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan dari penggabungan Bank Syariah ini supaya menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan lil'alam).² Dengan adanya penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia, hal ini menjadikan Bank Mandiri Syariah KCP Ngawi berubah menjadi Bank Syariah

² www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 25 Februari 2023)

Indonesia KCP Sudirman 1 Ngawi.³

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

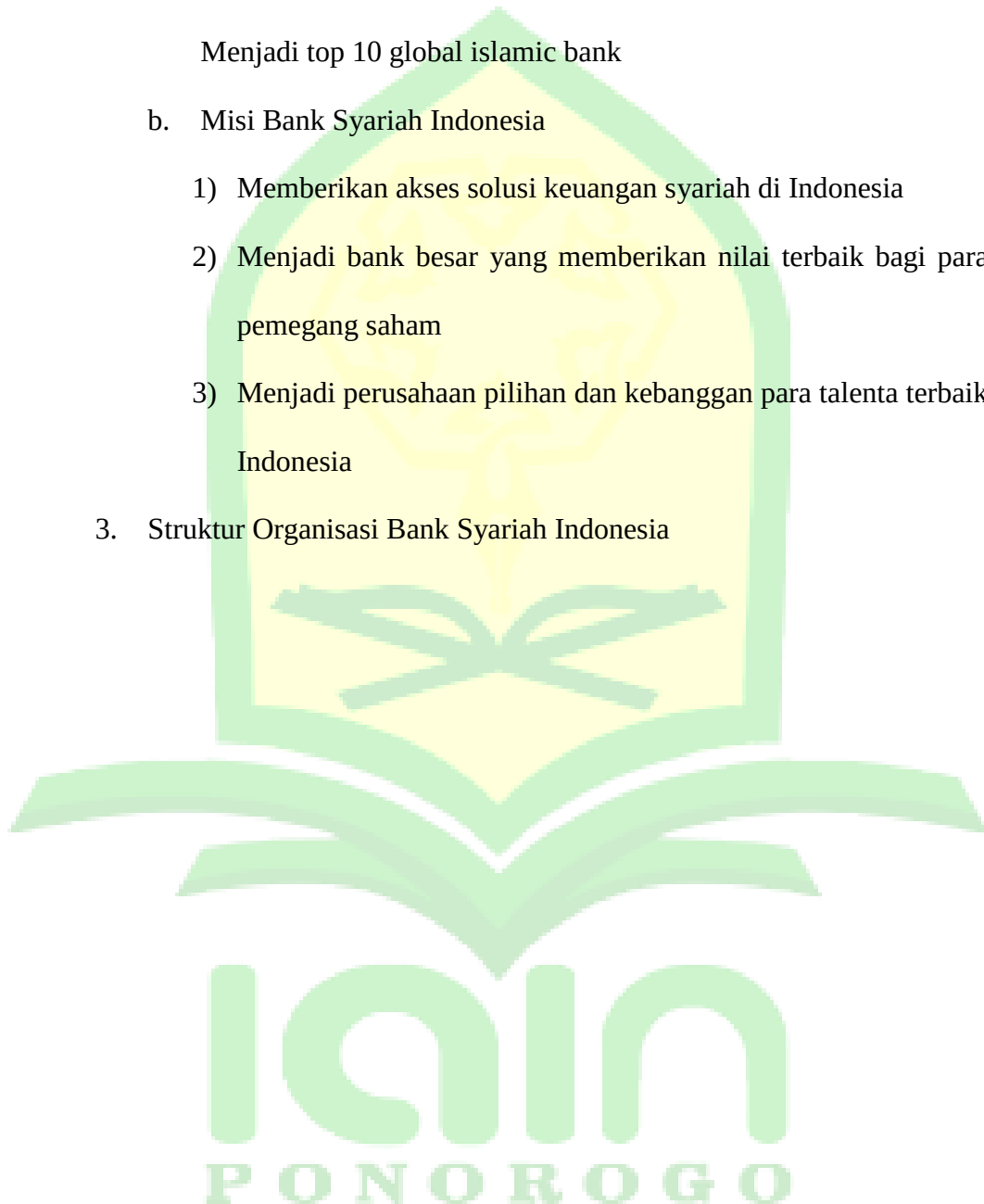
a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi top 10 global islamic bank

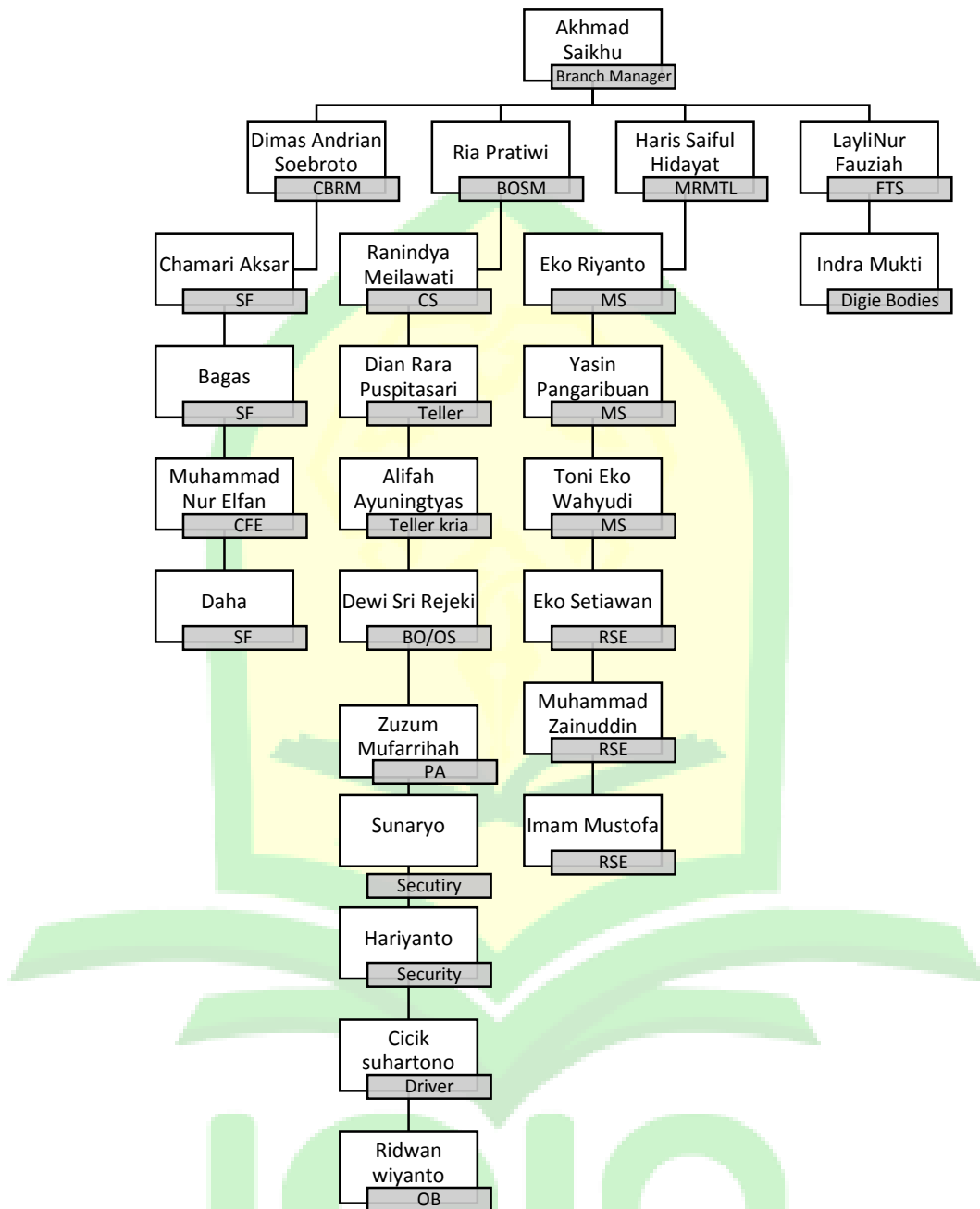
b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



³ Hariyanto, Wawancara 24 Februari 2023



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Ngawi Sudirman 1

a. Job Deskripsi Jabatan

1) Tugas BOSM :

- a) Memperbaiki dan meningkatkan standar layanan *Branch Office*.

- b) Meningkatkan kualitas penanganan penyelesaian handling complain.
- c) Memonitor pengelolaan aktivitas umum, pembukuan, transaksi kliring dan kegiatan operasional lainnya agar berjalan lancar dan sesuai dengan ketentuan.
- d) Memonitor terkait pengelolaan kas.
- e) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan (penyimpanan, pengambilan dan pengeluaran) agunan gadai emas.
- f) Mengecek dan melakukan *review* uji kualitas terhadap karatase dan berat agunan emas sesuai PTO penaksiran emas.
- g) Mengelola aktivitas layanan *financing operation* pada masa transisi.
- h) Mengelola dan memonitor kegiatan analisa / pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Perorisme (APU-PPT)
- i) Melakukan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati – hatian *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan GCG (*Good Corporate Governance*).⁴

⁴ Wawancara Ria Pratiwi, 24 Februari 2023.

2) Tugas Teller :

- a) Melakukan layanan transaksi dana baik tunai maupun non tunai berdasarkan kebutuhan transaksi nasabah.
- b) Melakukan pengelolaan uang kas.
- c) Memeriksa uang layak edar dan uang tidak layak edar.
- d) Membuat laporan sesuai dengan ketentuan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal.
- e) Melaksanakan prinsip Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT).
- f) Melaksanakan standar layanan sesuai ketentuan.
- g) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan GCG (*Good Corporate Governance*).⁵

3) Tugas Customer Service :

- a) Melakukan aktivitas layanan pembukaan dan penutupan rekening kepada nasabah dan calon nasabah
- b) Menyerahkan dokumen berharga Bank kepada nasabah berupa buku tabungan, kartu ATM, bilyet deposito dan lainnya
- c) Melakukan aktivitas layanan penggunaan *e-channel* dan transaksi lainnya kepada nasabah.

⁵ Wawancara Nurlaili, 24 Februari 2023.

- d) Memproses transaksi haji dan umroh.
 - e) Melakukan aktivitas cross selling produk dana, jasa dan pembiayaan.⁶
 - f) Memelihara persediaan dokumen berharga.
 - g) Melakukan dan memproses penyelesaian pengaduan nasabah.
 - h) Melakukan penginputan dan *maintenance* data nasabah.
 - i) Membuat laporan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal.
 - j) Melakukan prinsip *Know Your Customer* (KYC) dan anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Teroris (PPT).
- 4) Tugas MRMTL :
- a) Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan produk-produk bisnis mikro kepada calon nasabah.
 - b) Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan mikro.
 - c) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan mikro calon nasabah/nasabah.
 - d) Mengulas profil, usaha, dan agunan calon nasabah pembiayaan mikro.

⁶ Wawancara, Ria Pratiwi, 24 Februari 2023.

- e) Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah/nasabah secara akurat dan benar sesuai ketentuan
 - f) Menjalankan seluruh proses pembiayaan mikro sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku.
 - g) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/ nasabah.
 - h) Melaksanakan pemantauan dan pengendalian kualitas pembiayaan mikro sesuai kelolaan.⁷
- 5) Tugas *Micro Staff* :
- a) Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan produk-produk bisnis mikro kepada calon nasabah/ nasabah.
 - b) Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan mikro.
 - c) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan mikro oleh calon nasabah/ nasabah.
 - d) Mengulas profil, usaha, dan agunan calon nasabah pembiayaan mikro.
 - e) Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah/nasabah secara akurat dan benar sesuai ketentuan.
 - f) Menjalankan seluruh proses pembiayaan mikro sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku.

⁷ Ibid.,

- g) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah bisnis mikro menggunakan asas profesionalitas.⁸
 - h) Melaksanakan pemantauan dan pengendalian kualitas pembiayaan mikro sesuai dengan kelolaan.
- 6) Tugas CBRM :
- a) Menjalankan kegiatan pemasaran dan merekomendasikan produk-produk pembiayaan konsumen dan Dana Ritel kepada calon nasabah/ nasabah.
 - b) Menjalankan proses akuisisi terhadap calon nasabah pembiayaan konsumen dan Dana Ritel.
 - c) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan konsumen dari Dana Ritel oleh calon nasabah/nasabah.
 - d) Menyusun proposal usulan pembiayaan permohonan calon nasabah/ nasabah secara akurat dan benar sesuai ketentuan.
 - e) Menjalankan seluruh proses pembiayaan sesuai dengan SLA dan ketentuan yang berlaku.
 - f) Memelihara hubungan baik dengan calon nasabah/nasabah.
 - g) Membuat laporan kunjungan dalam melakukan aktivitas *selling* atau *cross selling* baik kepada nasabah maupun calon nasabah yang menjadi target market atau *customer*.

⁸ Wawancara Nurlaili, 24 Februari 2023.

h) Melaksanakan kegiatan analisa/ pelayanan nasabah dengan implementasi Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).⁹

i) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati-hatian *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan GCG (*Good Corporate Governance*).

7) Tugas BM (*Branch Manager*) :

Kepala Cabang atau *Branch Manager* memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:¹⁰

a) Menyusun rencana anggaran dan rencana kerja operasional untuk kantor cabang yang ditempati guna mencapai target bisnis yang telah ditetapkan.

b) Melakukan kegiatan pengawasan secara berkala terhadap fungsi operasional dan marketing kantor cabang pembantu, serta memberikan rekomendasi untuk memecahkan masalah yang dihadapi untuk memastikan pencapaian target yang telah ditetapkan.

c) Menyusun prosedur pelaksanaan kerja untuk kantor cabang pembantu sesuai dengan kebijakan dan peraturan perusahaan

⁹ Ibid.

¹⁰ Wawancara Ria Pratiwi, 24 Februari 2023.

agar kegiatan operasional dapat berjalan teratur sesuai dengan kebijakan perusahaan.

d) Melakukan analisis terhadap kinerja pemberian pembiayaan dan berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk mengembangkan bisnis pembiayaan dan memperbaiki proses pemberian pembiayaan untuk mencegah terjadinya pembiayaan macet.

e) Berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk melakukan analisis terhadap proses kerja yang ada dan memberikan rekomendasi peningkatan proses kerja di kantor cabang pembantu agar dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

8) Tugas SF (*Sales Force*) :¹¹

Melakukan penjualan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia kepada orang-orang yang sudah masuk dalam daftar nasabah tetap Bank Syariah Indonesia KCP Ngawi.

9) Tugas CFE (*Consumer Financing Eksekutif*) :

- 1) Mencari nasabah.
- 2) Menjaga hubungan baik dengan nasabah.
- 3) Monitoring angsuran nasabah.

10) Tugas PA (*Pawning Appraisal*) :

¹¹ Wawancara Nur Laili, 24 Februari 2023.

- a) Memasarkan produk terkait gadai emas pada BSI Ngawi Sudirman 1 ke nasabah.
- b) Menjelaskan prosedur penggadaian emas
- c) Menjelaskan proses cicilan emas yang bisa diambil di BSI KCP Ngawi Sudirman 1 dalam jangka waktu beberapa tahun
- d) Memastikan pencapaian target gadai emas yang telah ditetapkan.
- e) Memastikan akurasi penaksiran emas.

11) Tugas RSE (*Retail Sales Eksekutif*) :

- a) Mencari Nasabah.
- b) Melakukan penagihan.
- c) *Maintanance* (menjaga hubungan baik dengan nasabah, sebagai mitra nasabah, membantu mencari solusi atau sebagai tempat konsultasi bagi nasabah terkait keuangan).¹²

12) Tugas *Digies Bodies* :

Pengelolaan rekening masjid

13) Tugas FTS (*Funding Transalition Staf*) :

- a) Mempromosikan dan memasarkan produk bank yang berupa tabungan, giro, dan deposito.
- b) Menjalin hubungan baik kepada para nasabah agar tetap menyimpan atau berinvestasi di bank.
- c) Mencari dan mengajak nasabah untuk melakukan top up.

¹² Wawancara Ria Pratiwi, 24 Februari 2023.

- d) Mencari dana.
- e) Menghimpun dana tabungan nasabah.
- f) Membantu pembayaran sekolah pondok pesantren.¹³

14) Tugas BO (*Back Office*) / OS *Operasional Staff* :

- a) Melakukan aktivitas transaksi kliring (SKNBI), transaksi transfer keluar, kliring keluar, dan masuk sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- b) Melaksanakan transaksi domestic dan kliring lainnya (payroll, payment point, pelimpahan transaksi valas) sesuai ketentuan yang berlaku.
- c) Melakukan transaksi pembukuan, pencairan pembiayaan, pembayaran bagi hasil pembiayaan, biaya-biaya dan pembukuan lainnya.
- d) Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi.
- e) Melakukan pemeriksaan atas kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan.
- f) Melaksanakan aktivitas administrasi penutupan asuransi seluruh asset milik bank.
- g) Mengelola penyimpanan dan pengambilan agunan dalam brankas besar di ruang khasanah secara dual custody dengan BOSM.

¹³ Ibid.,

- h) Menyediakan alat-alat penaksiran untuk reviu uji kualitas oleh BOSM terhadap karatase dan berat agunan emas.
- i) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal bank.¹⁴
- j) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan internal Bank, serta memenuhi prinsip kehati – hatian sharia compliance dan tidak bertentangan dengan GCG (*Good Corporate Governance*).

15) Tugas *Security* :¹⁵

- a) Memiliki tanggung jawab utama dalam hal keamanan bank.
- b) Melakukan penjagaan dan pengawasan saat berlangsungnya kegiatan operasional.
- c) Mengawal nasabah untuk melakukan transaksi.
- d) Waspada terhadap segala kemungkinan yang akan menyebabkan keamanan terganggu.

16) Tugas *Driver* :

- a) Menunjang kelancaran bertransportasi.
- b) Merawat kendaraan agar tetap siap pakai.
- c) Melapor ketika kendaraan terjadi kerusakan agar dapat segera diperbaiki.

¹⁴ Ibid.,

¹⁵ Wawancara Nurlaili, 24 Februari 2023.

17) Tugas OB :

- a) Menjaga kebersihan kantor secara keseluruhan.
- b) Membantu dalam penyimpanan arsip.
- c) Membantu dalam pengiriman (sebagai kurir) jika dibutuhkan.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Validitas

Validitas merupakan suatu pengukuran sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner bisa dikatakan valid apabila pernyataan maupun pertanyaan yang ada di kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang telah diukur .¹⁶

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X1)

Pernyataan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,432	0,195	Valid
2	0,479	0,195	Valid
3	0,407	0,195	Valid
4	0,449	0,195	Valid
5	0,430	0,195	Valid
6	0,514	0,195	Valid
7	0,487	0,195	Valid
8	0,516	0,195	Valid

¹⁶ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate (Semarang: UNDIP, 2018), 51.

9	0,321	0,195	Valid
10	0,495	0,195	Valid
11	0,522	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa variable kemudahan penggunaan memiliki kriteria valid dari beberapa pernyataan dengan acuan nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Jadi sebagai kesimpulannya bahwa item pernyataan pada variable kemudahan penggunaan (X1) dapat dikatakan valid.

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan BSI Mobile (X2)

Pernyataan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,346	0,195	Valid
2	0,437	0,195	Valid
3	0,391	0,195	Valid
4	0,340	0,195	Valid
5	0,318	0,195	Valid
6	0,314	0,195	Valid
7	0,313	0,195	Valid
8	0,314	0,195	Valid
9	0,323	0,195	Valid

10	0,409	0,195	Valid
11	0,426	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa variable kualitas layanan *BSI Mobile* memiliki kriteria valid dari semua pernyataan dengan acuan nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hal ini dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variable kualitas layanan *BSI Mobile* (X2) dapat dikatakan valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

Pernyataan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,288	0,195	Valid
2	0,320	0,195	Valid
3	0,342	0,195	Valid
4	0,336	0,195	Valid
5	0,421	0,195	Valid
6	0,328	0,195	Valid
7	0,263	0,195	Valid
8	0,312	0,195	Valid
9	0,288	0,195	Valid
10	0,331	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variable loyalitas nasabah

memiliki kriteria valid, dari semua pernyataan dengan acuan nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hal ini dapat disimpulkan bahwa item pernyataan pada variable loyalitas nasabah (Y) dapat dikatakan valid.

2. Reliabilitas

Suatu data yang dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.¹⁷ Dibawah ini terdapat tabel yang menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk tiga variable yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	0,627	0,6	Reliable
Kualitas Layanan <i>BSI Mobile</i>	0,771	0,6	Reliable
Loyalitas Nasabah	0,760	0,6	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui dan dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,627, dari variable kualitas layanan *BSI Mobile* sebesar 0,771 dan dari variable Loyalitas nasabah sebesar 0,760. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa setiap variable memiliki nilai yang lebih besar dari Cronbach's Alpha sebesar 0,6 sehingga semua item pernyataan pada kuesioner variable X1,

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 211.

X2, dan Y dinyatakan reliable.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif dilakukan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan, sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi atau umum.¹⁸ Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1 sebanyak 100 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa beberapa kategori, yaitu: usia, gender, pekerjaan, dan keterangan status nasabah pengguna *BSI Mobile*.

1. Berdasarkan Usia responden

Nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1 yang dijadikan responden dikelompokkan berdasarkan usia menjadi Tujuh kelompok. Untuk mengetahui dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	4	4%
21-25 Tahun	37	37%
25- 30 tahun	24	24%
30-35 Tahun	15	15%
35-40 tahun	12	12%
40-45 Tahun	6	6%

¹⁸ Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2019)

> 45 tahun	2	2%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1 yang menjadi responden sejumlah 100 nasabah. Responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 4 orang, 21-25 tahun sebanyak 37 orang, 25-30 tahun sebanyak 24 orang, 30-35 tahun sebanyak 15 orang, 35-40 tahun sebanyak 12 orang, 40-45 tahun sebanyak 6 orang, dan yang lebih dari 45 tahun hanya 2 orang. Jadi nasabah yang paling dominan di BSI KCP Ngawi sudirman 1 berusia 21-25 Tahun.

2. Berdasarkan Gender atau Jenis kelamin

Responden dikelompokkan berdasarkan gender, yang terdapat dua kelompok yaitu sebagai laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui berapa jumlah responden dari laki-laki maupun perempuan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Gender atau Jenis Kelamin

Gender	Jumlah	Persentase
Laki-laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat dan diketahui bahwa yang menjadi responden laki-laki sebanyak 43 orang dan responden

perempuan berjumlah 57 orang dengan total 100 orang responden.

Berdasarkan data yang diperoleh mayoritas responden perempuan.

3. Berdasarkan Pekerjaan Responden

Responden dikelompokkan berdasarkan pekerjaan yaitu swasta/ wiraswasta, pegawai negeri sipil, guru, pelajar/ mahasiswa, lainnya. Data responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Swasta/ Wiraswasta	39	39%
Pegawai Negeri Sipil	7	7%
Guru	10	10%
Pelajar/ Mahasiswa	17	17%
Lainnya	27	27%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan Tabel tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1 yang menjadi responden dalam penelitian ini sejumlah 39 orang dengan status pekerjaan swasta/ wiraswasta, 7 orang sebagai PNS, 10 orang sebagai guru, 17 orang sebagai pelajar/ mahasiswa, dan 27 orang lainnya.

4. Berdasarkan Status Pemakaian BSI *Mobile*

Responden dikelompokkan berdasarkan status penggunaan BSI *Mobile* di BSI KCP Ngawi Sudirman 1 yang terdiri dari sering melakukan transaksi di BSI *Mobile* dan jarang melakukan transaksi di

BSI *Mobile*. Data responden status pemakaian BSI *Mobile* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Status pemakaian BSI *Mobile*

Status	Jumlah	Persentase
Sering melakukan transaksi di BSI <i>Mobile</i>	86	86%
Jarang melakukan transaksi di BSI <i>Mobile</i>	14	14%

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dinyatakan bahwa dari 100 responden nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1, yang sering menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 86 orang, dan yang jarang menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 14 orang.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.18184299
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.043
	Negative	-.086
Test Statistic		.086

Asymp. Sig. (2-tailed)	.066 ^c
------------------------	-------------------

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Hasil Uji Kolmogorov smirnov pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,066 yang berarti hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Dan dapat diketahui nilai Asymp. Sig(2-tailed) bernilai diatas 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dapat berdistribusi normal.

b. Multikolinieritas

Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.155	.000		
X1TOTAL	2.337	.022	.752	1.330
X2TOTAL	4.732	.000	.752	1.330

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Dari tabel 4.10 dapat diketahui nilai VIF pada variable kemudahan penggunaan (X1) sebesar 1,330 yang berarti lebih kecil dari 10 dan variable kualitas layanan *BSI Mobile* (X2) sebesar 1,330 < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji multikolinieritas tidak terjadi masalah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.346	.000		
	X1TOTAL	-1.439	.153	.752	1.330
	X2TOTAL	-1.609	.111	.752	1.330

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Berdasarkan table 4.11 pengujian heteroskedastisitas diperoleh nilai signifikansi variable kemudahan penggunaan (X1) 0,153 yang memiliki arti lebih dari 0,05 atau 5% dan variable kualitas layanan BSI Mobile (X2) 0,111 > dari 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau terjadi ketidaksamaan varians pada variabel yang satu dengan variabel lainnya.

d. Autokorelasi

Tabel 4.12 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 ^a	.385	4.144	2.020

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh bahwa besarnya nilai DW = 2,020, n= 100, k= 2 (karena memakai 2 variable x), dU= 1,816

dan $4-dU=4-1,816=2,184$. Sehingga dapat diperoleh data $1,816 < 2,020 < 2,184$ ($dU < DW < 4-dU$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi atau autokorelasi terpenuhi.

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kemudahan Penggunaan X1 dan Kualitas Layanan BSI Mobile X2 Terhadap Loyalitas Nasabah Y

Coefficients ^a			
Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
1 (Constant)		5.155	.000
Kemudahan Penggunaan	.221	2.337	.022
Kualitas Layanan BSI Mobile	.448	4.732	.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Pada tabel 4.13, dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda yang menggunakan 2 variabel yaitu variabel X1 dan X2 maka diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 13.467 + 0,216 + 0,359 + e$$

- 1) Nilai konstanta (a) yaitu 13.467 yang memiliki arti, jika

variable independen yaitu kemudahan penggunaan dan kualitas layanan *BSI Mobile* nol atau tidak ada, maka loyalitas nasabah sebesar 13.467 satuan.

- 2) Koefisien (b1) untuk variable X1 (kemudahan penggunaan) artinya ketika kemudahan penggunaan akan mengalami peningkatan lebih jauh, apabila kemudahan penggunaan ditingkatkan 1 satuan maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,216 satuan dengan asumsi variable lain tetap.
- 3) Koefisien (b2) sebagai variable X2 (kualitas layanan *BSI Mobile*), yang berarti ketika kualitas layanan *BSI Mobile* meningkat maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan. Lebih jauh apabila, loyalitas nasabah ditingkatkan 1 satuan maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,359 satuan dengan asumsi variable lain tetap atau tidak berubah.

b. Hasil Uji t Pengaruh X1 terhadap Y

Tabel 4.14 Hasil Uji t X1 Terhadap Y

Coefficients ^a				
Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.760	.000		
X1TOTAL	4.904	.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, menunjukan bahwa hasil uji T sebagai berikut: hasil pengujian kemudahan penggunaan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) nilai t hitung $4,904 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X1 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X1 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X1 (kemudahan penggunaan) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan.

c. Hasil Uji t Pengaruh X2 terhadap Y

Tabel 4.15 Hasil Uji t X2 Terhadap Y

Coefficients ^a				
Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.080	.000		
X2TOTAL	6.650	.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Dapat dilihat dari tabel diatas 4.15 yang menunjukan hasil uji T yaitu sebagai berikut: hasil pengujian variabel kualitas layanan *BSI Mobile* (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) bahwa nilai t hitung $6,650 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X2 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X2 (Kualitas

layanan *BSI Mobile*) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan.

d. Uji F (X1 dan X2) Terhadap Y

Tabel 4.16 Uji F Variable Kemudahan Penggunaan Terhadap

Loyalitas Nasabah

ANOVA^a

Model	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2	461.353	25.848	.000 ^b
Residual	97	17.848		
Total	99			

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukan bahwa hasil nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 , sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat diambil kesimpulannya bahwa variable X1 (kemudahan penggunaan) dan X2 (kualitas layanan *BSI Mobile*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas nasabah).

e. Hasil Uji R (Koefisien Determinasi) X1 dan X2 Terhadap Y secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi Kemudahan Penggunaan dan

Kualitas Layanan *BSI Mobile* Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.334	4.225

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 22, 2023.

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai R yang didapatkan sebesar 0,590 yang menunjukkan bahwa hubungan antara X1 dan X2 secara simultan terhadap Y termasuk dalam kategori kuat, karena mendekati 1. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,348 memiliki arti bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah senilai $0,348 = 34,8\%$ dan sisanya 60,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain, selain X1, X2, yang tidak masuk dalam suatu model.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil Uji T atau secara parsial diperoleh t hitung sebesar $4,904 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X1 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X1 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X1 (kemudahan penggunaan) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan.

Hubungan antara kemudahan penggunaan terhadap loyalitas diperkuat oleh temuan Mafakhir Hilmy. Dengan demikian, ini dapat diartikan bahwa adanya unsur kemudahan penggunaan dalam

menggunakan sebuah aplikasi sangat membantu pengguna sehingga dapat merasakan kepuasan dari pemakaian sistem tersebut dan rasa keinginan selalu menggunakan.¹⁹

2. Pengaruh Kualitas Layanan BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas layanan BSI *Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil Uji T atau secara parsial bahwa nilai t hitung $6,650 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X2 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X2 (Kualitas layanan BSI *Mobile*) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Shirshendu Ganguli dan Sanjit Kumar Roy menyatakan rekomendasi sedang digunakan dalam banyak studi sebagai proxy untuk loyalitas pelanggan, dan telah secara empiris menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek langsung atas rekomendasi.²⁰ Di daerah tradisional, Rust dkk dan Zeithaml dalam Tianxiang Sheng

¹⁹ Mafakhir Hilmy, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan kepercayaan dalam Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* pada BRI Syariah KCP Lawang." Skripsi, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2019)

²⁰ Shirshendu Ganguli dan Sanjit Kumar Roy, 2010, "*Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty*", *International Journal of Bank Marketing*, Volume 29 Nomor 2, (2011). 189.

dan Chunlin Liu percaya bahwa kualitas pelayanan dapat memberi manfaat strategis, seperti peningkatan loyalitas nasabah dan peningkatan perusahaan pada efisiensi operasi dan manfaat.²¹ Oleh karena itu, disimpulkan bahwa kualitas e-service akan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan BSI *Mobile* Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Ngawi Sudirman 1.

Berdasarkan data yang diperoleh pada hasil pengujian F atau secara simultan, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat diambil kesimpulannya bahwa variable X1 (kemudahan penggunaan) dan X2 (kualitas layanan BSI *Mobile*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas nasabah). Selanjutnya data dari Determinasi menunjukan bahwa nilai R didapatkan sebesar 0,590 yang menunjukan bahwa hubungan antara X1 dan X2 secara simultan terhadap Y termasuk dalam kategori saling berhubungan kuat , karena mendekati 1. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,348 memiliki arti bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah senilai $0,348 = 34,8\%$ dan sisanya 60,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain, selain X1,X2,

²¹ Tianxiang Sheng dan Chunlin Liu, 2010, “An empirical study on the effect of eservice quality on online customer satisfaction and loyalty”, *Nankai Business Review International*, Volume 1, Nomor 3, (2010), 273.

yang tidak masuk dalam suatu model.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan BSI *Mobile* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ngawi Sudirman 1. Penelitian ini menggunakan 100 responden yang berasal dari nasabah BSI KCP Ngawi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan SPSS 22 maka dapat diambil atau ditarik kesimpulannya sebagai berikut :

1. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi. Berdasarkan hasil Uji T atau secara parsial diperoleh t hitung sebesar $4,904 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X_1 terhadap Y yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X_1 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X_1 (kemudahan penggunaan) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan.
2. Kualitas layanan BSI *Mobile* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah BSI KCP Ngawi. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian SPSS 22, uji T atau secara parsial bahwa nilai t hitung $6,650 > 1,660$ t tabel berarti terdapat pengaruh. Dan apabila menggunakan pengukuran nilai signifikansi pengujian X_2 terhadap Y yaitu sebesar

$0,000 < 0,05$ sehingga H_0 X_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara X_2 (Kualitas layanan *BSI Mobile*) terhadap Y (loyalitas nasabah) secara signifikan.

3. Loyalitas nasabah berpengaruh signifikan, berdasarkan data yang diperoleh pada hasil pengujian F atau secara simultan, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat diambil kesimpulannya bahwa variable X_1 (kemudahan penggunaan) dan X_2 (kualitas layanan *BSI Mobile*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y (loyalitas nasabah). Selanjutnya data dari Determinasi menunjukkan bahwa nilai R didapatkan sebesar 0,590 yang menunjukkan bahwa hubungan antara X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y termasuk dalam kategori saling berhubungan kuat, karena mendekati 1. Nilai R^2 yang diperoleh sebesar 0,348 memiliki arti bahwa pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah senilai $0,348 = 34,8\%$ dan sisanya 60,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain, selain X_1, X_2 , yang tidak masuk dalam suatu model.

B. Saran

1. Diharapkan kepada BSI KCP Ngawi Sudirman 1 sebaiknya memberi panduan secara detail mengenai penggunaan *BSI Mobile*.
2. Diharapkan ada perbaikan *BSI Mobile* agar lebih rinci dari fitur-fitur yang ada di dalamnya
3. Sebaiknya meningkatkan kualitas layanan *BSI mobile* agar nasabah merasa mudah dan tidak berbelit-belit untuk segala usia.

Daftar Pustaka

Buku .

- Duli Nikolaus, Metodologi Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23
- Griffin Jill, Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Jaya Indra, Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan Ed. 1, Jakarta: Kencana 2019.
- Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Kadir, Statistika Terapan Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian, Jakarta: Rajawali, 2015, 156.
- Kasmir, Pemasaran Bank Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Keller Kotler, *Marketing Management, Person Education*, 2011, 143.
- Pianda, Didi *Kinerja Guru: Kompetensi Guru, Motivasi Kerja dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Ratih, Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Ruslan Rosady, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sinambela Lijan Poltak, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sugiyono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta 2019.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik,, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

- Suharsimi, Arikunto. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta 2002.
- Sujarweni Wiratna V, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tjiptono Fandy, Edisi Kedua, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing, 2008.
- Wijaya Tony, *Analisis data penelitian menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015.

Jurnal

- Abdul Jalil, Nurfitirani, dan Nurdin, Indah Musyawarah, “Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)”, Volume 2, Nomor 1, (2020).
- Anna Zakiyah Hastriana, Putri amalia, “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)”, *Alkasb: Journal of Islamic Economics* published by Departement of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Annuqayah Institute of Islamic Sciences, Sumenep, Volume 1, Nomor 1 (2022).
- Chunlin Liu and Tianxiang Sheng, “An empirical study on the effect of eservice quality on *online customer* satisfaction and loyalty”, *Nankai Business Review International*, Volume 1, Nomor 3, (2010), 273.
- D, Rahmawan, *Opportunities and challenges of digital media utilization for youth activism in Indonesia*. In S. W. Priyadharma, I. Mirawati, & N. M. Hartoyo (Ed.), *Indonesian Media and Social Transformation: Reports from the field* (hal. 221–242). Bandung: BITREAD Publishing.(2020)
- Edy Supriyadi, Endang Etty, dan Frida Ayu Setianingsih “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten TBK Di Wilayah Depok)”. *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, Volume 1, Nomor 1, (2019).

- Eva Nulpiani, dan Muhammad Qoes Atieq “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Resiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon),” *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa*, Volume 2, Nomor 1, (2022), 36.
- F.D. Davis *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. *United States: Management Information Systems Research Center,(1989) University of Minnesota*.
- Fandi Achmad, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* PT Bank Syariah Mandiri Surabaya”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2, Nomor 3, (2019).
- Fred D, Davis. “*Perceived Usefulness, Perceived Easy of Use, and User Acceptance of Information*,” *MIS Quarterly* Volume 1, Nomor 3. (1989), 319.
- Hilmy Mafakhir, “Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan kepercayaan dalam Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* pada BRI Syariah KCP Lawang.” Skripsi, (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2019)
- Khrisna Kusumahadi, Maya Ariyanty dan Muhammad Ibnu Rosyid, “Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna *Mobile Banking* (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada bank BCA Di Bandung,” *e-Proceeding of Management* : Volume 6, Nomor 3, (2019).
- Khusnul Fikriyah dan Nurul Azizah Aunillah Devy, “ Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro”, Volume 2, Nomor 1, (2022).
- L.L Berry and Parasuraman, A, V.A. Zeithami and, 1988, “ A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, volume.64,40.
- L.wangga, K, S, Jr., Hosmer, W. D., Klar, J., and Lemeshow (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons Ltd: England.
- Lyon, Down Bendall, and Thomas L. Powers, “*The impact of structural and process attributes on satisfaction and behaviour intentions* ”, *Journal of Services Marketing*, Volume 18, Nomor 2,(2004), 121

- May Roni, Sri Ismulyaty, Nurmaini, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)” , Jurnal Nisbah, Volume 8, Nomor 1, (2022).
- Merta Kusuma dan Mita Handayani, “Pengaruh Service Quality dan Costumer Releationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BSI KC Bengkulu S.Parman 2” EMAK: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, Volume 2, Nomor 4, (2021).
- Mimin Mintarsih, Susi Susanti, dan Nur’aeni, “Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek”, *Indonesian Journal of Economics and Management*, Volume 2, Nomor 1, (2021).
- Nikmatul Nurjannah, Evan Hamzah Muchtar, Muhammad Nurul Alim, dan “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna *Mobile*”, *Best: ISLAMIC BANKING & ECONOMIC LAW STUDIES* Volume 1, Nomor 2, (2022)
- Novi Kurnia Cahyani, Maulida Nurhidayati, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo,” *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* Volume 1, Nomor 2, (2021), 147.
- Rojuniah dan Rona Veoninita, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BCA,” *Inobis: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Volume 06, Nomor 01, (2022), 43.
- Sanjit Kumar Roy dan Shirshendu Ganguli, 2010, “Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on *customer* satisfaction and loyalty”, *International Journal of Bank Marketing*, Volume 29 Nomor 2, (2011). 189.
- Sarimuda, “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah bank BCA Jambi dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai *Variable Intervening*”, *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* Volume 11, Nomor 01, (2022)
- Shidinavid, Babakjam, & Namamian Aliabadi, Bahareh Moradi, , Farshid. Design and Explain the Factors Affecting Customer Loyalty in Online Banking, *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 4 (9): 2782-2791. (2013)
- Shinta Maharani, Ahmad Suminto “Analisis Pengaruh Corporate Social

- Responsibility, Islamic Banking Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah kantor Cabang Pembantu Ponorogo,” *El-Barka: Journal Of Islamic Economics and Business*, Volume 3, Nomor 1, (2020), 53.
- Sriyuni, dkk, “Pengaruh aksesibilitas dan kualitas produk terhadap pertumbuhan bisnis *online*”, *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* Volume 1, Nomor 2, (2020)
- Taylor.S.A, dan Cronin, “*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*”, *Journal of Marketing*, Juny, 1992, 55.
- Venkatesh, David. *Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model*. *Information Systems Research*, Volume 11, Nomor 4, (2016) 342.
- Yono, Sofian Muhlisin dan Hesti Handinisari, “Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI KCP Jalan Baru),” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 4, Nomor 3, (2023), 56.
- Zeithaml et al. *Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study*, *European. Journal of Marketing* 1996.

Skripsi

- Aisah Nur Azza Siti, “Pengaruh Brand Equity dan Aksesibilitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating”, Skripsi (UIN Yogyakarta, 2022).
- Jamidan Siti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UII Menggunakan Internet Banking,” Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2016), 2.

Wawancara

- Ranindya Meilawati, Wawancara, 28 September 2022.
- Hariyanto, Wawancara 24 Februari 2023.
- Nurlaili, Wawancara 24 Februari 2023.
- Ria Pratiwi, Wawancara 24 Februari 2023.

Website

- www.bankbsi.co.id (diakses pada tanggal 25 Februari 2023) .